

GUÍA DOCENTE ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES DE DISEÑO

ESPECIALIDAD DISEÑO		MODA			
CURSO		2023-2024			
ASIGNATURA		ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL PRODUCTO DE MODA			
PROFESOR/A		Olga M ^a González Sánchez			
DPTO.	ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL Y LEGISLACIÓN				
TIPO	OBLIGATORIA		CARÁCTER	TEÓRICO-PRÁCTICA	
DURACIÓN	SEMESTRAL	HORAS SEMANALES	2 HORAS	CRÉDITOS ECTS	2 ECTS
HORAS TOTALES	50 HORAS	HORAS PRESENCIALES	36 HORAS	HORAS TRABAJO AUTÓNOMO	14 HORAS

DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN EN EL MARCO DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Organización y control del producto de moda, tiene la consideración de obligatoria, teórico/práctica y está encuadrada en el cuarto curso de los Estudios Superiores de Diseño y especialidad de Diseño de Moda.

Según se establece el RD1027/2011, de 15 de Julio, por el que se establece el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES), estas enseñanzas son de Nivel 2: Grado

El objetivo es preparar al alumnado en el campo profesional de la moda y capacitarle para el desempeño cualificado de las diferentes profesiones y actividades relacionadas con el sector, proporcionando una formación polivalente que les permita desarrollar una actividad a nivel laboral y empresarial y les capacite para que sean capaces de analizar la complejidad y el potencial de la producción de moda.

Se pretende facilitar la adquisición de conocimientos y habilidades, así como la utilización de recursos documentales y técnicos para desarrollar una actividad laboral y para poder elaborar un proyecto empresarial.

De acuerdo con el RD 633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. (BOE 137 de 5 de junio de 2010), el perfil profesional del Título de Graduado en Diseño en la especialidad de Diseño de Moda es el de un profesional que, además de ser creativo, debe ser capaz de configurar material y formalmente los productos de diseño textil y de la indumentaria en distintos ámbitos, atendiendo las

necesidades y las tendencias del mercado de creatividad, innovación y viabilidad técnico-productiva, económica, medio-ambiental y sociocultural.

OBJETIVOS

Los objetivos fundamentales de la asignatura de Gestión del Diseño consisten en aportar al alumnado los conocimientos y habilidades necesarias para que sea capaz de conseguir:

- Conocer el contexto socioeconómico en el que tiene lugar la actividad del diseñador.
- Trabajar de forma autónoma o dentro de una organización empresarial por cuenta ajena y de manera individual o en el entorno de un equipo de trabajo.
- Tomar las decisiones estratégicas en relación con su actividad profesional y realizar una adecuada gestión del diseño en una empresa.
- Conocer el marco económico y organizativo en el que se desarrolla la actividad empresarial.
- Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional.
- Conocer el marco legal de la Propiedad Intelectual e Industrial.
- Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonablemente, saber valorar las respuestas y canalizar el diálogo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

01. Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora

02. Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.

03. Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.

04. Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.

COMPETENCIAS GENERALES

07. Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.

09. Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.

10. Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial.

11. Comunicar ideas y proyectos a la clientela, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

02. Concebir y materializar proyectos de diseño de moda e indumentaria que integren los aspectos formales, materiales, técnicos, funcionales, comunicativos y de realización.

03. Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje de moda.

CONTENIDOS Y CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

El contenido de esta asignatura, de acuerdo con la regulación del D 111/2014, son los que se relacionan a continuación: Competencias profesionales y gestión de la obra. Legislación y normativa relativa al sector textil y de la indumentaria. Constitución de equipos de trabajo. Búsqueda de proveedores en ámbito nacional e internacional. Conceptualización y desarrollo de la colección: proceso creativo, selección de tejidos, gama de colores, siluetas. Fuentes de información: cuadernos de tendencias y asesoramiento. Adquisición de materia prima: fornituras, tejidos, perchas, etiquetas, bolsas.... Proceso de fabricación: selección de proveedores, estudio de costes y calidades. Controles de calidad. La marca de moda. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

Dichos contenidos se expresan, desarrollan y dividen en los siguientes bloques:

1. La moda como industria
2. Gestión de la producción: gestión de la creatividad.
3. Competencias profesionales del diseñador de moda

Bloque I

1. La moda como industria.
2. Gestión de la producción: gestión de la creatividad.
 - Funciones, perfil, competencias y salidas profesionales del diseñador de moda.

Bloque II - Legislación y normativa

1. Legislación y normativa relativa al sector textil y de la indumentaria
2. Contratos relacionados con el Diseño de Moda:
 - Contrato de prestación de servicios
 - Contrato de cesión de diseños industriales

- Contrato de licencia de uso de marca

Bloque III -Constitución de equipos de trabajo.

1. Definición, características y funciones de los equipos de trabajo
2. Ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo
3. Comunicación en el equipo de trabajo
4. Tipos de equipos de trabajo
5. Fases en la formación de equipos

Bloque IV - Desarrollo y producción del producto de moda.

1. Proceso creativo.
2. Fuentes de información.
3. Búsqueda y selección de materiales
4. Búsqueda y selección de proveedores en el ámbito nacional e internacional.
5. Estudio de costes y calidades
6. Controles de calidad

Bloque V - La marca de moda. Posicionamiento estratégico.

1. Creación de una marca.
2. Ventajas de construir una marca
3. Metodología en la creación de una marca.
4. Fases de su vida

Bloque VI - Métodos de investigación y experimentación

1. Cuestiones generales.
2. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

METODOLOGÍA

TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS

La metodología de la asignatura y en general de los Estudios Superiores de Diseño se configura básicamente en dos bloques: trabajo presencial y trabajo no presencial o autónomo del alumnado

El trabajo presencial consistirá en la asistencia a las clases teóricas y prácticas, la realización de actividades dirigidas y, en su caso, la asistencia a tutorías. Incluyendo en este apartado las actividades complementarias que se planteen para el desarrollo de los contenidos.

El trabajo no presencial o autónomo incluye el estudio de la materia y preparación de exámenes, en su caso, la realización de trabajos teóricos, y la preparación y realización de actividades.

El desarrollo de la metodología parte en primer lugar de los conocimientos previos del alumnado y su experiencia vital para ir introduciendo progresivamente contenidos significativos que aseguren las competencias profesionales y a la vez que, al ser el mundo del Derecho una realidad tan cambiante, el alumnado sepa buscar e interpretar adecuadamente la nueva normativa que pueda surgir sobre materias propias de su competencia profesional y directamente aplicables al desarrollo de su proceso creativo.

La secuencia metodológica será:

o Clases teóricas: exposición y explicación de los conceptos de cada una de las unidades didácticas. Debate analítico y reflexión crítica.

o Clases prácticas: las clases teóricas podrán terminar con una actividad práctica de los conceptos

explicados.

o Taller trabajo en grupo: se realizará con el fin compartir experiencias en la búsqueda de soluciones eficaces consensuadas, a través de exposiciones en clase.

o Tutorías: el profesor revisará los ejercicios planteados, la resolución de problemas y analizará y discutirá los materiales y temas presentados por el alumno a la hora de realizar su proyecto final.

AGRUPAMIENTOS

TIPO DE ACTIVIDADES

EVALUACIÓN

CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LA EVALUACIÓN

Tal y como expresa el Decreto 111/2014, de 8 de julio, por el que se establecen las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño en Andalucía:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación se realiza de forma continua con la observación del trabajo del alumnado en el aula y el seguimiento de su trabajo no presencial, evaluándose el proceso educativo como el resultado del aprendizaje. Dependiendo de su desarrollo y del funcionamiento del grupo, a lo largo del semestre se pueden llegar a introducir las modificaciones que se estimen oportunas que serán comunicadas al alumnado.

La asistencia a las clases es fundamental tanto para la adquisición de los contenidos de la asignatura como para obtención de las capacidades y para la adopción de una postura crítica de la realidad analizada y su contraste con la visión de cada uno de los miembros del grupo.

PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

A este respecto serán considerados como instrumentos de evaluación:

- o La asistencia a las clases y a las actividades programadas.
- o La participación en debates y actividades de puestas en común.
- o Los exámenes teóricos en los que se desarrollarán los conceptos adquiridos y en los exámenes prácticos en los que el alumnado aplicará todos los conceptos y desarrollará las competencias de forma autónoma.
- o La realización de las actividades planteadas.
- o Todo aquel material elaborado en relación con la asignatura.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los criterios de calificación numérica serán los siguientes:

- o Las pruebas teóricas o prácticas se valorarán numéricamente de 0 a 10 puntos, siendo negativas las puntuaciones inferiores a 5 y positivas las iguales o superiores 5. En el caso de puntuación negativa se tendrá una segunda oportunidad al final del régimen ordinario de clases (junio).
- o Las pruebas teóricas consistirán en contestar por escrito y desarrolladas conforme al tiempo disponible, de varias preguntas sobre contenidos de la materia, puntuándose la misma de 0 a 10 puntos conforme a lo expuesto más arriba.
- o Las pruebas prácticas consistirán en la realización y defensa de proyectos sobre la materia trabajada, contestando de forma razonada y correcta a las cuestiones planteadas en el mismo o excepcionalmente la realización y entrega de un trabajo individual que se puntuará de 0 a 10 puntos según lo ya dicho.
- o La nota final de la asignatura será la media ponderada de los tres siguientes apartados:

Exámenes teóricos.60%

Exámenes prácticos mediante proyectos 20%

Asistencia, actitud, participación, etc. 20%

- o Para poder efectuar la media ponderada será de todo punto necesario haber obtenido previamente la calificación positiva en las pruebas teóricas y prácticas.
- o En relación a la entrega tardía de los trabajos encomendados, ésta tendrá una penalización de la nota de ese trabajo del 10 al 50 por ciento según el plazo transcurrido hasta la entrega.

CRITERIOS DE RECUPERACIÓN (convocatoria extraordinaria)

Se realizará un plan de recuperación individualizado para todos los alumnos/as que no superen la materia.

La no superación de las pruebas tanto teóricas como prácticas deberá ser recuperada mediante la entrega de los trabajos realizados durante el curso, así como la realización de las pruebas teóricas o prácticas correspondientes a los contenidos no superados.

ORGANIZACIÓN DEL AULA, RECURSOS Y MATERIALES

Para el correcto desarrollo de la asignatura es imprescindible que el aula contenga los siguientes elementos plenamente funcionales:

Ordenador con acceso a Internet

Cañón de proyección

Pizarra

Como recursos metodológicos contamos con:

Apuntes y documentación.

Fotocopias

Videos y documentales

Artículos

Bibliografía y revistas.

Ejercicios

Legislación consolidada.

ATENCIÓN AL ALUMNADO CON NECESIDADES ESPECÍFICAS

El desarrollo y puesta en práctica de esta guía docente, se hará intentando:

- Prevenir o evitar la consolidación de dificultades de aprendizaje.
- Facilitar el proceso de socialización.
- Asegurar la coherencia y continuidad de la educación.
- Fomentar actitudes de respeto a las diferencias individuales. Si es necesario, se realizarán actividades complementarias de refuerzo y ampliación para atender a las necesidades de aprendizaje.
- Identificar situaciones y necesidades de índole social y económica.

Se harán pruebas de recuperación, de las evaluaciones y de aquellas unidades que lo necesiten aunque la nota del trimestre fuera positiva.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

En el presente curso, debido a la situación de pandemia que vivida, se realizarán las actividades previstas que puedan llevarse a cabo en condiciones de seguridad. A lo largo del curso, si la situación lo permite, se realizarán salidas a conferencias y cursos relacionados con la materia.

ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Cardenal, Mercedes y otros. Moda y empresa: gestione con éxito su negocio de diseño. Ed. Granica. Barcelona 2004.

Dillon, Susan. Principios de Gestión en empresas de Moda. Ed. Gustavo Gili. Barcelona 2012.

Gago Lourdes y Escalante Eva. Relaciones en el equipo de trabajo, Mc Graw Hill, Barcelona 2015.

Koumbis, Dimitri y otros. La compra profesional de la moda. Ed. Gustavo Gili. Barcelona 2014.

Martínez Caballero, Elsa y Vázquez Casco, Ana Isabel. Márketing de la moda. Ed. Pirámide-Esic. Madrid 2011.

Poser, Harriet. Marketing de la moda. Editorial Gustavo Gili. Barcelona 2016.

Rojas Naria, Carlos Fernando. Industria de la moda: producción y materiales. Ecoe Ediciones. Madrid 2014 .

Salcedo Elena y Cardenal Mercedes. Cómo iniciar y administrar una empresa de moda. Ed. Norma 2006.

Saviola Stefania y Testa Salvo. La gestión de las empresas de moda. Editorial Gustavo Gili, Barcelona 2007.

Martín Gómez, Esperanza. Gestión logística y comercial. Editorial Macmillan Education, Madrid 2017.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Díaz Soloaga, Paloma. El valor de la comunicación. Cómo gestionar marcas de moda. Inversiones Editoriales Dossat Técnicos. Madrid 2000.

Gwilt, Alison. Moda sostenible. Editorial Gustavo Gili. Barcelona 2015.

López López, A María. Coolhunting digital. Ediciones Anaya. Madrid 2011.

Pascual Borja. Cómo montar un Negocio Online. Editorial Almuzara. 2017.

Rodríguez Limia Mónica. Cómo crear y gestionar tu proyecto craft. Editorial Gustavo Gili. Barcelona 2017.

Salinas Sánchez JM y otros. Empresa e iniciativa emprendedora. Ed. Mac Graw Hill. Madrid 2012.

Velilla, Javier. Branding, tendencias y retos en la comunicación de marca. UOC, Barcelona.

INTERNET:

Páginas web al uso, como las que se encuentran en <http://www.monografias.com/equiposdetrabajo/>.