

GUÍA DOCENTE ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES DE DISEÑO					
		CURSO	4º EASDM CURSO 2024-2025		
DPTO.	DPTO. ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL Y LEGISLACIÓN				
TIPO	OBLIGATORIA		CARÁCTER	TEÓRICO/PRÁCTICA	
DURACIÓN	SEMESTRAL	HORAS SEMANALES	2 HORAS	CRÉDITOS ECTS	2 ETCS
HORAS TOTALES	50 HORAS	HORAS PRESENCIALES	36 HORAS	HORASTRABAJO 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

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 APRENDIZ	AJE
------------------------	-----



COMPETENCIAS

Competencias transversal

- 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

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. Conocer las características, propiedades y comportamiento de los materiales utilizados en los distintos ámbitos del diseño de moda.

CONTENIDOS Y CRONOGRAMA DE LA ASIGNATURA

CONTENIDOS:

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:

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.
- 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, agrupamientos o tipos de actividades.

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 incluya 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

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 propuestas.
- 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 y exposición en el aula de las actividades planteadas.
- o Todo aquel material elaborado en relación con la asignatura.

Criterios de calificación

os 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 de un trabajo y posterior defensa del mismo, desarrollando el contenido propio de la materia, contestando de forma razonada y correcta a las cuestiones planteadas en él, puntuándose 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, proyectos teóricos 60%
- Actividades prácticas 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 La entrega de trabajos fuera de las fechas previstas conlleva una bajada de la nota de 1 punto por día de retraso (salvo que se justifique por causa de fuerza mayor), no admitiéndose por tanto los mismos que superen una semana de retraso. o La no superación de las pruebas tanto teóricas como prácticas deberá ser recuperada mediante la prueba teórica o



Criterios de recuperación (convocatoria Extradordinaria) 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 prueba 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. Videos y documentales Artículos Bibliografía y revistas.				
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 Y EXTRAESCOLARES

A lo largo del curso, si la situación lo permite, se realizarían salidas a conferencias y cursos relacionados con la materia.

BIBLIOGRAFÍA

IBLIOGRAFÍA 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 Gilli. Barcelona 2012.

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

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

Martinez 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 Técnos. 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/.