

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Marketing I
<b>Titulación</b>	Grado en Comunicación y Gestión de Moda
<b>Escuela/ Facultad</b>	Escuela de Arquitectura, Ingeniería y Diseño - Campus Creativo
<b>Curso</b>	1º
<b>ECTS</b>	6
<b>Carácter</b>	Básica
<b>Idioma/s</b>	Castellano
<b>Modalidad</b>	Presencial/Virtual
<b>Semestre</b>	1
<b>Curso académico</b>	2024-2025
<b>Docente coordinador</b>	Almudena Sánchez

## 2. PRESENTACIÓN

La materia aborda la optimización de estrategias de marketing en negocios del sector de la moda. Explorando temas como la creación de una marca, hasta la investigación del cliente o el desarrollo de un plan de marketing efectivo.

También se analizarán las estrategias de marca de moda, incluyendo el branding y la relación entre el arte, la moda y la publicidad. Y se estudiarán las técnicas de investigación de mercados para comprender las necesidades del consumidor y las tendencias más actuales.

## 3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Conocimientos

CON4. Identificar las diversas estrategias comerciales y de comunicación social digital utilizadas por empresas y mercados de moda.

- Distinguir los contextos económicos, sociales, culturales e históricos en el que se desarrolla el marketing de moda.
- Identificar la función del marketing dentro del proceso de diseño de un proyecto de moda.
- Reconocer la dimensión psicológica, sociológica y emocional de una marca.
- Describir las técnicas de análisis de mercado y marketing asociadas a la moda.

### Habilidades

HAB11. Utilizar herramientas del marketing y difusión digital de moda.

HAB 5. Realizar campañas físicas y digitales de moda.

- Expresar un vocabulario adaptado al lenguaje de marketing.
- Mostrar habilidades para desarrollar un plan de negocio de una marca de moda.

**Competencias**

COMP5 Capacidad para examinar el funcionamiento de comunicación y gestión de la industria de la moda global y sostenible.

COMP6 Capacidad para valorar diferentes mecanismos de marketing para la comunicación y gestión en la industria de la moda, con objeto de aumentar la visibilidad empresarial.

COMP7 Capacidad para reconocer la estructura empresarial de la moda y la jerarquía de la misma para establecer una óptima comunicación entre cliente y empresa.

## 4. CONTENIDOS

Introducción al marketing en el diseño de un proyecto de moda.

Estrategias de marca de moda.

Marketing aplicado al diseño de moda y branding.

Relaciones entre Arte, moda y publicidad.

Investigación de mercados de moda.

Diseño y puesta en marcha de un plan de marketing de moda.

## 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

Clase magistral

Método de caso

Aprendizaje basado en proyectos

## 6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

**Modalidad presencial:**

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales (modalidad presencial)	12
Seminarios de aplicación práctica (modalidad presencial)	18
Análisis de casos (modalidad presencial)	2
Elaboración de informes y escritos (modalidad presencial)	16
Proyectos (modalidad presencial)	24
Trabajo autónomo (modalidad presencial)	56
Debates y coloquios (modalidad presencial)	8
Tutoría académica (modalidad presencial)	12
Pruebas de evaluación presenciales (modalidad presencial)	2
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

**Modalidad virtual:**

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales (modalidad virtual)	12
Clases virtuales síncronas (modalidad virtual)	18
Análisis de casos (modalidad virtual)	2
Elaboración de informes y escritos (modalidad virtual)	16
Proyectos (modalidad virtual)	24
Estudio de contenidos y documentación (modalidad virtual)	56
Foro Virtual (modalidad virtual)	8
Tutoría académica virtual síncrona (modalidad virtual)	12
Pruebas de evaluación presenciales (modalidad virtual)	2
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

## 7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

**Modalidad presencial:**

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de evaluación presenciales (modalidad presencial)	60%
Informes y escritos (modalidad presencial)	10%
Caso/problema (modalidad presencial)	5%
Proyectos (modalidad presencial)	25%

**Modalidad virtual:**

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de evaluación presenciales (modalidad virtual)	60%
Informes y escritos (modalidad virtual)	10%
Caso/problema (modalidad virtual)	5%
Proyectos (modalidad virtual)	25%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

### 7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

### 7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

## 8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Octubre
Actividad 2	Noviembre
Actividad 3	Diciembre
Actividad 4	Enero

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

Amazon Business: <https://business.amazon.com/es/discover-more/blog/small-business-digital-marketing>

Mc Kinsey. < <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/email/genz/2022/09/13/2022-09-13b.html>>

Malhotra, Naresh (2018). *Marketing Research. An Applied Orientation (What's New in Marketing)*. Estados Unidos: Financial Times Prentice Hall

Moda Es. <[https://www.modaes.com/files/2020/02\\_publicaciones/pdf/informemoda\\_online\\_2021.pdf](https://www.modaes.com/files/2020/02_publicaciones/pdf/informemoda_online_2021.pdf)>

Statista. <https://es.statista.com/temas/3527/la-moda-online-en-espana/>

Wbur. <<https://www.wbur.org/onpoint/2023/01/12/how-fast-fashion-and-social-media-are-fueling-a-high-consumption-low-quality-world>> Sprout Social. < <https://sproutsocial.com/insights/social-media-marketing-strategy/>>

Social Media Examiner. <<https://www.socialmediaexaminer.com/how-to-improve-your-social-marketing-with-user-generated-content/>>

Invideo: <https://invideo.io/blog/fashion-digital-marketing-ideas/>

## 10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo

educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

[orientacioneducativa@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## **11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN**

¡Tu opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.