

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	M6. PROYECTO Y PLANIFICACIÓN DE LA COLECCIÓN DE MODA
Titulación	Máster Universitario en Diseño de Moda
Escuela/ Facultad	Campus creativo
Curso	1
ECTS	6
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Castellano
Modalidad	virtual
Semestre	2
Curso académico	2024-25
Docente coordinador	Borja Fernández García

2. PRESENTACIÓN

La materia proporciona al alumno una experiencia integrada de las etapas del proceso de diseño y de la colección de moda, partiendo del análisis de tendencias y ventas para la identificación de oportunidades de negocio. Aplicando distintas estrategias metodológicas, se define, conceptualiza, diseña, planifica y desarrolla el producto o colección de moda, atendiendo a los requerimientos materiales, funcionales y estéticos, y el usuario, de cada proyecto específico, e incorporando innovaciones tecnológicas, fomentando la artesanía, y siguiendo criterios de sostenibilidad y circularidad.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos:

CON03. Describir los procesos de innovación digital en la gestión, planificación, control de calidad, sourcing y trazabilidad de la cadena de suministro del producto o colección de moda sostenible.

CON05. Identificar las herramientas, metodologías, nuevos materiales sostenibles, así como tendencias en los sistemas de representación y de presentación del diseño de producto/colección de moda.

- Describir el código estilístico y unidad visual de un producto/colección de moda comercial, sostenible y/o regenerativa.
- Identificar las herramientas de investigación, experimentación, y consolidación y materialización de ideas en el proyecto de colección de moda.

Habilidades:

HAB01. Aplicar metodologías de diseño para la construcción del código estilístico en una colección de moda comercial, sostenible y/o digital.

HAB05. Analizar los principales criterios estratégicos relacionados con la comunicación a en la construcción de marcas de moda en las diferentes estructuras comerciales del sector de la moda.

- Traducir el concepto colección a un código estilístico visible en el proyecto de colección de moda comercial, sostenible y/o digital.
- Generar propuestas creativas de diseño de moda adecuadas a los condicionamientos materiales, funcionales y estéticos de los proyectos de moda.
- Aplicar las herramientas de investigación, recopilación y desarrollo de ideas, experimentación y prototipado, para la verificación de la viabilidad de la idea de diseño.
- Investigar las posibilidades de la manipulación textil como instrumento para encontrar opciones de diseño y para ayudar en la definición de la prenda final.

Competencias:

CP01. Diseñar el un producto o colección de moda que integre la innovación digital y sostenible en todo el proceso de diseño.

CP04. Aplicar y evaluar l técnicas de patronaje y prototipado, artesanales y/o digitales más adecuadas en función de los objetivos, costes y necesidades del proyecto textil

CP05. Identificar, analizar y valorar los diferentes usos y aplicaciones de los nuevos materiales y procesos relacionados con el biodiseño, la artesanía textil y la moda digital para su óptima aplicación en los proyectos de diseño de moda.

4. CONTENIDOS

- Brief como punto de partida para la definición del proyecto de moda comercial: el papel de equipos de Compras y Ventas en el análisis de tendencias y ventas para la definición de las campañas comerciales, temporadas y gamas, categorización de productos, calendarización, planificación y desarrollo de colección.
- La colección de moda: concepto y estructura. Código estilístico y unidad visual. Estrategias de diseño sostenible y circular aplicadas al producto o colección de moda.
- Investigación para la creación del proyecto de moda comercial, sostenible, circular y/o regenerativo. Herramientas de recopilación y desarrollo en la ideación del proyecto de moda
- Experimentación y prototipado sostenible y digital para la definición de prenda: desarrollo de volumen y silueta mediante manipulación textil. virtual.
- Consolidación: proceso de diseño final de prenda y colección. Concepto y estética, elección de tipología de prenda, desarrollo de paneles visuales de silueta, volúmenes y texturas, carta de color con gama cromática, definición de elementos de diseño, estampados y motivos, y acabados Visualización final artística de la colección: el overview.

- Materialización: Fase de creación técnica. Asignación de materiales, prototipado virtual para verificación de viabilidad sostenible de la idea de diseño y desarrollo de ficha técnica de diseño (diseño plano, tejidos, fornituras, componentes y estampación).

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Clase magistral.
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller/laboratorio virtual.
- Metodologías activas
- Aprendizaje autónomo

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 virtual:

Actividad formativa	Número de horas
Recursos didácticos multimedia	8
Clases virtuales síncronas	22
Resolución de problemas	20
Elaboración de informes	5
Elaboración de proyectos	25
Actividades síncronas en talleres/ laboratorios virtuales	8
Estudio de contenidos y documentación complementaria (trabajo autónomo)	60
Pruebas de evaluación virtuales	2
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

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

Modalidad virtual:

Sistema de evaluación	Peso
-----------------------	------

Pruebas de evaluación presenciales /virtuales	60
Informes	5
Estudio de casos/Resolución de problemas	10
Elaboración de proyectos	25
Total	100

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 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.

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	Febrero
Actividad 2	Marzo
Actividad 3	Abril
Actividad 4	Mayo

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:

- Agins. T. (2000) *The end of fashion. How marketing changed the fashion business forever.* (1ªed) Routledge.
- Barthes, R. (1990) *El sistema de la Moda.* California Press
- Barnard, M. (2014). *Fashion Theory: An Introduction.* (1ª ed.). Routledge.
- Black, S. (2012). *The sustainable fashion handbook.* Thames & Hudson.
- Caro, F., & Martínez-de-Albéniz, V. (2015). *Fast fashion: Business model overview and research opportunities.* Handbook of research on global fashion management and merchandising. IGI Global.
- Cobra, M. (2007). *Marketing & Moda.* Editora Senac.
- Fashionary (2016) *Fashionpedia. The visual dictionary of fashion design.* Fashionary International limited.
- Fletcher. K., Grose. L., Hawken. P. (2012). *Gestionar la sostenibilidad en la moda: Diseñar para cambiar.* Blume
- Goworek. H. (2007) *Fashion Buying.* Wiley-Blackwell
- Jackson. T. Shaw. D. (2004) *The fashion handbook.* Routledge.
- Jennings, T. (2011). *Creativity in Fashion Design: An inspiration workbook.* Bloomsbury.
- Johnson, M.J. (2001) *Apparel product development.* Prentice Hall.
- Jones, S. J. (2011). *Fashion Design.* Laurence King Publishing.
- Kawamura, Y. (2018). *Fashion-ology: An introduction to fashion studies (2nd ed.).* Bloomsbury Publishing.
- Lamarre, G. (2018). *Storytelling como estrategia de comunicación: Herramientas narrativas para comunicadores, creativos y emprendedores.* Editorial GG.
- Mbonu, E. (2014). *Diseño de Moda: creatividad e investigación.* Promopress.
- Pires, D. B. (2008). *Design de Moda: olhares diversos.* São Paulo: Estação das Letras e Cores .
- Renfrew, E. & Renfrew, C. (2021). *Developing a Fashion Collection (Basics Fashion Design).* Bloomsbury Visual Arts.
- Sanches, M. C. de F. (2017). *Moda e projeto: estratégias metodológicas em design.* Estação das Letras e Cores.
- Sanches, M. C. y Artiaga, S. (2022). *Estrategia transmedia, diseño y el pensamiento creativo.* En A. Meléndez_Táboas (org.). *Estrategias Transmedia en las Artes*, pp. 81-92. Arazandi.
- Volpintesta, L. (2014). *Fundamentos del diseño de moda.* Promopress.

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

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.