

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Estilismo y tendencias
Titulación	Grado en Diseño y Creación de Moda
Escuela/ Facultad	Escuela de Arquitectura, Ingeniería y Diseño-Campus Creativo
Curso	2º
ECTS	6
Carácter	Básico
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Virtual
Semestre	4
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	Celia Carnicero

2. PRESENTACIÓN

A lo largo de esta materia identificaremos el concepto de estilismo a través de su evolución cultural y social descifrando los códigos de la imagen y de las tendencias. Comprobaremos la influencia de los diseñadores y las marcas y su impacto en los distintos escenarios de consumo. Analizaremos el proceso creativo cómo surgen y se transforman las prendas según los distintos ciclos de la moda.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos

CON1.Describir mediante moodboards las ideas básicas de una colección a partir de un concepto.

CON2. Identificar las propuestas de creadores y firmas de vanguardia presentes en el contexto de la moda actual.

-Distinguir las tendencias de moda en diferentes sociedades, ámbitos culturales o escenarios de consumo.

-Identificar nuevos vocabularios de moda.

-Reconocer las dinámicas sociales y generacionales presentes en una propuesta de estilismo.

Habilidades

HAB1. Comunicar mediante tecnologías de la información los resultados del proceso de creación de una colección de moda utilizando materiales gráficos, fotográficos y audiovisuales.

- Aplicar el análisis de tendencias para concebir una colección de moda.
- Construir paneles de tendencias como soporte de las ideas.
- Planificar el desarrollo de estilismos según presupuestos.

Competencias

.COMP1. Capacidad para identificar las tendencias en el entorno de la moda

4. CONTENIDOS

Introducción al estilismo

Macrotendencias y microtendencias

Volumen, proporción y silueta

Estilismo y género: nuevos discursos

Sportwear y tendencias urbanas

Estilismo y creación de imagen

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

Clase magistral

Aprendizaje basado en problemas

Aprendizaje basado en proyectos

Aprendizaje basado en enseñanzas de taller

Entornos de simulación

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 Online:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales (modalidad virtual)	10
Clases virtuales síncronas (modalidad virtual)	20
Resolución de problemas (modalidad virtual)	2

Proyectos (modalidad virtual)	16
Actividades presenciales en talleres/ laboratorios (modalidad virtual)	24
Estudios 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
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

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

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de evaluación presenciales (modalidad virtual)	50%
Caso/problema (modalidad virtual)	10%
Proyectos (modalidad virtual)	5%
Cuaderno de prácticas de laboratorio/taller (modalidad virtual)	10%

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 4,0 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 4,0 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:

Amatulli, C.; Mileti, A.; Speciale V.; y, Guido. G. (2016). The Relationship between Fast Fashion and Luxury Brands: An Exploratory Study in the UK Market, Cap. 11, Global Marketing Strategies for the Promotion of Luxury Goods. Fabrizio Mosca and Rosalia Gallo. DOI: 10.4018/978-1-4666-9958-8.ch011

Barnes, L., & Lea-Greenwood, G. (2006). Fast fashioning the supply chain: Shaping the research agenda. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 3(10), 259–271. DOI:10.1108/13612020610679259

Barnes, L., & Lea-Greenwood, G. (2010). Fast fashion in the retail store environment. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 10(38), 760–772. DOI:10.1108/09590551011076533

Brooks, A. (2015). *Clothing Poverty: The Hidden World of Fast Fashion and Second-hand Clothes*. London: Zed Books Ltd.

Broughton, C. (2023). Radical Threads: How Politics Shaped 1970s Fashion Trends, Medium. Disponible en <<https://catbroughton.medium.com/radical-threads-how-politics-shaped-1970s-fashion-trends-99e2f2c016f7>>

Business Insider (2023). El secreto más oscuro de la industria de la moda: el triunfo del 'fast fashion' está provocando un desastre medioambiental. Disponible en <<https://www.businessinsider.es/secreto-oscurο-moda-residuos-fast-fashion-1175734>>

Copestake, I. (2022). Please Stop Falling for Fashion Microtrends. Vice. Disponible en <<https://www.vice.com/en/article/k7bg5a/fashion-microtrends-bad-for-environment>>

Ellen MacArthur Foundation. A new textiles economy: Redesigning fashion's future (2017). Disponible en <https://emf.thirdlight.com/file/24/uiwtaHvud8YIG_uiSTauTIJH74/A%20New%20Textiles%20Economy%3A%20Redesigning%20fashion's%20future.pdf>

Ertekin, Z. O., y Atik, D. (2015). Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers, and Remedies for Mobilization of Slow Fashion. *Journal of Macromarketing*, 35(1), 53–69. DOI:10.1177/0276146714535932

Fashions: A Year In Review (1996). Disponible en <<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/171385/Fashions-Year-In-Review-1996>>

Global Fashion Agenda (2024). Disponible en <<https://globalfashionagenda.org/news-article/examining-the-era-of-micro-trends/>>

Greenpeace (2022). Los trapos sucios de Shein. Disponible en <<https://es.greenpeace.org/es/wp-content/uploads/sites/3/2022/11/schein-spain-1.pdf>>

Heuritech (2022). Understanding fashion trend life cycles: The 5 stages. Disponible en <<https://www.heuritech.com/articles/five-stages-of-fashion-trend-life-cycle/>>

Lyst (2023). Fashion's Hottest Brands and Products Q4 2023. The Lyst Index. Disponible en <<https://www.lyst.com/data/the-lyst-index/q423>>

Mikhaylyants, A. (2023). TikTok Core: The Fashion World of Today. Disponible en <<https://www.thecrimson.com/article/2023/3/9/tiktok-aesthetics-microtrends-fast-fashion-style/>>

Miller, K. (2013). Hedonic customer responses to fast fashion and replicas. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 2(17), 160–174.

Mollard, M. (2022). Understanding fashion trend life cycles: The 5 stages. Heuritech. Disponible en <<https://www.heuritech.com/articles/five-stages-of-fashion-trend-life-cycle/>>

Neda Ulaby (2022). From Tumblrcore to 2014core, the nostalgia loop is getting smaller and faster. NPR. Disponible en <<https://www.npr.org/2022/03/01/1081115609/from-tumblrcore-to-2014core-the-nostalgia-loop-is-getting-smaller-and-faster>>

P. Gestal, I. (2019). Objetivo 2020: La década en que la moda asumió que debía ser sostenible. *Modaes*. Disponible en <<https://www.modaes.com/back-stage/objetivo-2020-la-decada-en-que-la-moda-asumio-que-debia-ser-sostenible>>

Pomtsey, O. (2022). Namecore is the trend that unifies all trends. *The Face*. Disponible en <<https://theface.com/culture/namecore-goblin-mode-night-luxe-twee-feral-girl-internet-trends-subcultures-slang-language-coining-names>>

Rauturier, S. (2022). Why Do Some Fashion Brands Destroy and Burn Unsold Clothes? Disponible en <<https://goodonyou.eco/fashion-brands-burn-unsold-clothes/>>

Riley, T. (2017). The Ultimate Fashion Fail: One Garbage Truck Of Textiles Is Thrown Away Every Second. Huffington Post. Disponible en <https://www.huffpost.com/entry/fashion-industry-waste-circular-economy_n_5a1c66cde4b0e9bc3368d08e>

Rohwedder, C. (2004). Making Fashion Faster: As Knockoffs Beat Originals To Market, Designers Speed The Trip From Sketch to Store. The Wall Street Journal. Retrieved September 15, 2013, disponible en <www.kellogg.northwestern.edu/course/opns430/modules/supply_chain_management/wsfastfashion.pdf>

Rosenblum, P. (2015). Fast Fashion Has Completely Disrupted Apparel Retail. Forbes. Disponible en <<http://www.forbes.com/sites/paularosenblum/2015/05/21/fast-fashion-has-completely-disrupted-apparel-retail/>>

Suriarachchi, M. (2024). Micro-trends and Overconsumption: Fashion Consumerism in the 21st Century. Cainz University of Melbourne. Disponible en <<https://cainz.org/10066/>>

WGSN (2023). Outdoor Boom. Disponible en <<https://mlp.wgsn.com/outdoorboom.html>>

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.