

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Experto en Diseño de Moda (Título Propio asociado a Diseño)		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Introducción al Diseño de Moda		
Tipo:	Propia Obligatoria	Créditos ECTS:	1,50
Curso:	1	Código:	15210
Periodo docente:	Primer semestre		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	37,50		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Cristina María de Alzaga Fraguas	c.alzaga.prof@ufv.es

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

“Vale más saber alguna cosa de todo, que saberlo todo de una sola cosa”, dijo Blaise Pascal (1623-1662) Científico, filósofo y escritor francés. Hoy, en un mundo cambiante, vertiginoso, incierto y globalizado, es más cierto que nunca. Y éste es el escenario del diseñador de moda: debe saber adelantarse a los acontecimientos, leer las tendencias y, si es posible, ser la tendencia misma.

En el negocio de la Moda se busca visión de futuro, enfoque, filosofía, talento, arte, creatividad, imaginación... pero también hay procesos, negocio, producto, precio, tecnología, desarrollo, comunicación, marketing, publicidad... ¿Qué es la Moda? ¿Cuáles son sus valores? ¿Dónde busca la inspiración? ¿Sigue teniendo sentido hoy? ¿Quién es quién en el negocio de la Moda? ¿Por qué interesa tanto y a tanta gente? ¿Cómo trabaja un diseñador de Moda? ¿Cuándo se puede decir que ha logrado el éxito?

A lo largo de las clases descubriremos qué es y qué no es el diseño de moda. Sus Influencias conscientes e inconscientes. Y estudiaremos algunos ejemplos de relaciones entre MODA y:

- CINE
- TV
- LIBROS
- MÚSICA
- ARTE
- COSMÉTICA
- VIAJES
- GASTRONOMÍA
- PUBLICIDAD
- MARKETING
- EMPRESA
- POLÍTICA
- ÉTICA
- TECNOLOGÍA
- DECORACIÓN
- DEPORTE

## OBJETIVO

Lograr que los alumnos obtengan una VISION GLOBAL del Diseño de Moda como una profesión de múltiples facetas, y siempre cambiantes, y sus relaciones con otras disciplinas como el Arte, el Cine, la Fotografía, la Televisión, la Música, la Comunicación, la Publicidad, la Política, el Deporte, la Ecología, la Ética, la Ciencia y la Tecnología... que les permita aprovechar al máximo el resto de las asignaturas a la vez que les abre infinitas salidas profesionales, permitiéndoles escoger mejor a qué le gustaría dedicarse en el futuro.

Los fines específicos de la asignatura son:

Orientar a los alumnos hacia qué áreas (de las muchas que ofrece la industria del Diseño de Moda) se quieren dirigir y enseñarles a ver la moda que hay a su alrededor para, finalmente, descubrir la moda que está dentro de ellos.

Mostrarles que la fórmula del Éxito en el Diseño de Moda es una combinación de Talento + Esfuerzo + Empresa + Industria + Comunicación (y Marketing). Porque el negocio de la moda para el siglo XXI empuja a los diseñadores del futuro a convertirse en Directores Creativos o Artísticos, es decir, creadores renacentistas que dominan varias disciplinas, además del diseño: estilo propio y creación de marca, el desfile y la organización de eventos, redes sociales y campañas virales, catálogo, publicidad, cosmética, vídeo...

Situarles bajo el prisma que concibe el Diseño de Moda como un servicio a la sociedad, que debe contribuir a enriquecerla. Para que puedan apostar por una moda llena de compromiso y mensaje, que no se conforma con seguir tendencias, sino que tiene vocación de crearlas.

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

No es necesario tener conocimientos previos, pero sí ayuda que el alumno tenga vocación, ganas de aprender y curiosidad.

Y cuantos menos conocimientos tenga del mundo de la moda, más importante es que se aplique en adquirirlos. Para ello, es PRIORITARIO que vea las películas y documentales recomendados (y algunos más), consulte los libros de la bibliografía (si no dispone de presupuesto para comprarlos, puede hacerlo en la biblioteca de la UFV) y realice los trabajos que se hayan pedido en clase.

## CONTENIDOS

Analizamos las múltiples conexiones de la Moda con el mundo del Arte, la Historia, la Literatura, el Cine, la Ciencia y la Tecnología, la Economía, la Política, la Religión, los Medios de Comunicación, el Marketing, la Ética y la Solidaridad. Y, a la vez, exploramos las influencias externas (lugar y momento histórico) sobre el diseñador, o las internas del consumidor (por ejemplo, la influencia psicológica en el momento de vestirse, el Street Style y las tribus urbanas...).

Estos son algunos de los bloques que se desarrollarán en las clases:

- La moda y las efemérides: Moda y Cine, Moda y series de televisión...
- La moda y la empresa: del logo a la cuenta de resultados
- El Diseño de Moda y el Arte: Zurbarán, Balenciaga, el Surrealismo, Klimt y Diana Vreeland
- La Moda y los Medios: Publicidad, Revistas, Polémica...
- Cuando el diseño de Moda toma partido: la Moda y la Política, la moda y el mercado
- Ética y Moda: Ecología, Slow Fashion, la Talla XXS y el uso y abuso del Photoshop.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

Durante las clases presenciales de teoría se dará a conocer al alumno el contenido de la asignatura, con el apoyo de diferentes PPT, vídeos, artículos y fotografías.

Cada día de clase, nos metemos en el backstage de la moda para conocer lo que hay detrás de lo que parece sólo una prenda, un accesorio, una fotografía, una marca, un estilo, una modelo... analizando sus múltiples dimensiones e implicaciones: significado, contexto histórico y cultural, valores, consecuencias y repercusiones sociológicas... Todo ello de una manera muy práctica, original y creativa, relacionando conceptos e ideas que a veces pueden parecer totalmente opuestos, y suscitando un debate en clase.

Los alumnos realizarán algunos trabajos sobre los temas analizados en clase. Se trata de que apliquen, de manera muy práctica y dando rienda suelta a toda su imaginación, los conceptos fundamentales. Las actividades planteadas son muy variadas, pero todas tienen un denominador común: la creatividad. Por ejemplo: realizar un "mood board" que describe su personalidad y aficiones; definir un concepto en 140 caracteres; presentar oralmente una tendencia o analizar una película desde el punto de vista del estilo.

Y se efectuarán visitas a las exposiciones de moda, arte, fotografía, historia, etc... planificadas para esa temporada (y cuyo contenido esté relacionado con las ideas explicadas).

## DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
15 horas	22,50 horas
CLASES TEÓRICAS: 11,30 h TUTORÍAS: 2 horas EXAMEN: 1 hora EVALUACIÓN: 30 minutos 15h	Trabajos individuales: 12 horas Visitas a exposiciones: 5 horas Estudio teórico: 5,5 horas 22,50h

## COMPETENCIAS

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Escoger el camino más original e innovador para crearse una identidad potente en las redes sociales que apoye su carrera profesional.

Manejar los conceptos básicos para trabajar como diseñadores o como profesionales de otros campos del sector de la Moda: figurinismo, estilismo, escenografía, producción, compras, asesoría de imagen, community manager, etc...

Distinguir los conceptos básicos del lenguaje visual, sus códigos y claves de los distintos sectores del mundo de

la moda.

Conocer el proceso de toma de decisiones creativas: qué idea desarrollar y cómo hacerlo.

Investigar sobre temas polémicos y descubrir que esconden distintos puntos de vista.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La Nota Final de la CONVOCATORIA ORDINARIA es la suma de la calificación obtenida por el alumno en los siguientes apartados:

•Puntualidad, educación y actitud en clase = 30%

Al ser una clase eminentemente práctica, y no existir un libro de texto como tal, la asistencia es fundamental: faltar más del 20% del las sesiones sin justificación implica el suspenso. Sólo serán justificadas las faltas por ingreso médico, fallecimiento de un familiar o notificación judicial. La atención y participación activa en los debates planteados en clase, también suman puntos.

•Proyecto de Fin de Asignatura = 60 %

Al concluir las clases, debe presentarse un Proyecto, de tema libre, en el que el alumno aplique algunos conocimientos aprendidos: se valorarán especialmente la originalidad de la idea y la creatividad en su ejecución. Desarrollo de una idea, a fondo, exprimiendo el tema desde todos sus puntos de vista, al igual que lo visto cada semana en clase.

•Trabajos = 10%

Los alumnos que hayan asistido a todas las clases y participado en todas ellas de manera atenta y constructiva, entregado a tiempo y satisfactoriamente (con un nivel mínimo de calidad) los trabajos pedidos en clase y realizado satisfactoriamente el Proyecto de Fin de Asignatura, serán calificados en base a los criterios anteriores.

Examen (convocatoria de JULIO): deberán hacerlo los alumnos que no hayan logrado el aprobado mediante los criterios o requisitos anteriores o que no se hayan presentado.

La Nota Final de la CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA = 100 % del Proyecto de Fin de Asignatura (que deberá seguir los mismos requisitos que cuando se presentó en la Convocatoria Ordinaria).

## BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### Básica

Arzalluz, M. Cristóbal Balenciaga, la forja del maestro. Nerea.

Boucher, F. Historia del Traje en Occidente. Gustavo Gili Moda.

de Osma, G. (2013). Mariano Fortuny: arte ciencia y misterio. Ollero y Ramos.

Immordino Vreeland, L. (2011). Diana Vreeland: The eye has to travel. Abrams Books

Lipovetsky, G. El lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas. Anagrama.

Squicciarino, N. El vestido habla: Consideraciones psico-sociológicas. Cátedra.

Tungate, M. Marcas de moda: Marcar estilo desde Armani a Zara. Gustavo Gili.

VV.AA. MODA. Una historia desde el siglo XVIII al siglo XX. La colección del Instituto de la Indumentaria de Kioto. Taschen.

VV.AA. The Fashion Book. Phaidon.

## **Complementaria**

Brad, C. Historia política del pantalón. Tusquets.

Fogg, M. Diseñadores de moda de la A a la Z. Lunweg.

Lipovetsky, G. El imperio de lo efímero. Anagrama.

Lipovetsky, G. La estetización del mundo. Anagrama.

VV.AA. 365 Day-by-Day. Fashion Ads of the 20th Century. Taschen.