

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Diploma en Diseño de Moda (Título Propio asociado a Diseño)		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Producción y Empresa de Moda		
Tipo:	Propia Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	4	Código:	15218
Periodo docente:	Séptimo semestre		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Ignacio Rafael Sierra Armas	ignacio.sierra@ufv.es

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura Producción y Empresa de Moda proporciona al alumno las bases del funcionamiento y la creación de las empresas de este sector, en sus múltiples facetas: creación, distribución, publicidad, comunicación, etc. Se tratará con detenimiento la implantación de las diversas empresas desde las pymes a la gran distribución.

## OBJETIVO

--

El propósito de la asignatura es acercar al futuro diseñador o trabajador, en cualquiera de las facetas del amplio sector de la moda al conocimiento de la implantación y desarrollo de una empresa especializada.

Los fines específicos de la asignatura son:

Conocimiento del negocio industrial

Conocimiento del negocio industrial

Noción de la gestión del negocio

Noción de la gestión del negocio

Comprensión del proceso de comercialización

Comprensión del proceso de comercialización

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

No se requieren conocimientos previos específicos de la asignatura

El alumno debe poseer unas nociones básicas del mundo de la Moda y de la Cultura en general. Conocer y estar familiarizado con el mundo empresarial de la Moda. Se valorará la capacidad de redacción y expresión oral.

## CONTENIDOS

El programa de las clases es el siguiente:

Tema 1.-Presentación e introducción a Producción y Empresa

Tema 2.- Concepto de Empresa de Moda

Tema 3.- Tipología: casa de diseñador, tienda, Gran Almacén, Macro-Empresa, Gran formato

Tema 4.- Estrategia empresarial. ADN de la Empresa de Moda. Lo tangible y lo intangible.

Tema 5.- La Moda como Industria. Cadena de valor globalizada

Tema 6.- El Mercado. Mercado doméstico e internacionalización

Tema 7.- La Moda como fenómeno económico, social y cultural.

Tema 8.- Actores en el negocio de la Moda: actividades internas

Tema 9.- Actores en el negocio de la Moda: actividades externas

Tema 10.- La Responsabilidad Social Corporativa en el negocio de la Moda: ámbito de actuación, imagen percibida y reputación.

Tema 11: Lead time: el ciclo de la puesta a disposición. El ajuste temporal de oferta y demanda.

Tema 12.- Marketing. Fundamentos de la marca.

Tema 13.- Marketing Mix de 6 p's en la Moda.

Tema 14.- Finanzas para no financieros en el entorno Moda. Estados financieros, financiación corporativa y financiación comercial.

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

Las clases tendrán una duración de tres horas divididas en dos partes, una primera de teoría y una segunda práctica con intervención personal de cada alumno, exponiendo sus trabajos y aclarando dudas. Se realizarán exámenes de forma continua para ir evaluando la comprensión de la asignatura. Se efectuarán visitas a fábricas y empresas de moda en la medida de lo posible y en función del entorno socio sanitario. Cada alumno elaborará un trabajo fundamental para la nota final en el que desarrollará una empresa de moda. Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad

## DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas

## COMPETENCIAS

El alumno participará en las clases y realizará un trabajo sobre la creación de una supuesta empresa del sector de la moda, tanto desde el punto de vista estético como comercial y financiero. Aprenderá a entender y conocer el funcionamiento del mundo de la moda como empresa y como negocio con visión estratégica del mismo. Será capaz de gestionar departamentos tanto creativos como de gestión. Adquirirá los conocimientos básicos para poder crear un proyecto empresarial de contenido creativo en moda.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno aprenderá a entender y conocer el funcionamiento del mundo de la moda como empresa y como negocio con visión estratégica del mismo. Será capaz de gestionar departamentos tanto creativos como de gestión. Adquirirá los conocimientos básicos para poder crear un proyecto empresarial de contenido creativo en moda.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

## EVALUACIÓN CONTÍNUA

El examen se hará de forma presencial. La evaluación considera la posibilidad de que la asignatura se pueda realizar de forma virtual cuando sea necesario y con aviso suficiente.

Como se considera fundamental la asistencia presencial no se permitirán más de dos faltas sin justificar en cualquiera de los dos formatos, presencial y virtual.

El 20% de la nota final será de las evaluaciones permanentes en clase o aula virtual en remoto.

El 30% del examen final presencial aunque se realice en remoto.

El 50% del trabajo presentado presencial o en remoto.

Nota: se exigirá una correcta expresión verbal y escrita.

## EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

50% EXAMEN

50% TRABAJO EXTRAORDINARIO

## ALUMNOS REPETIDORES.

Deben superar los objetivos no alcanzados en convocatorias anteriores.

## REQUISITOS MÍNIMOS PARA APROBAR LA ASIGNATURA.

Los mismos que en convocatoria extraordinaria. Mínimo para aprobar trabajo de fin de asignatura y examen.

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad

## BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### Básica

Broucher Historia del traje en Occidente desde la Antigüedad hasta nuestros días, Barcelona, Motanet y Simón, 1997

Figueras Moda española. Una historia de sueños y realidades, Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias, 2003

Lipovetsky El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas Barcelona, Anagrama, 2004

Saviolo La gestión de las empresas de moda Barcelona, Gustavo Gili, 2007

Díaz Soloaga Cómo gestionar marcas de moda Madrid, Dossat, 2007

O'Shea Así es Amancio Ortega Madrid, La esfera de los libros, 2008