

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Diseño
-------------	--------

Rama de Conocimiento:	Artes y Humanidades
-----------------------	---------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Estilismo y Estética
-------------	----------------------

Tipo:	Optativa
-------	----------

Créditos ECTS:	6
----------------	---

Curso:	4
--------	---

Código:	1569
---------	------

Periodo docente:	Séptimo semestre
------------------	------------------

Materia:	Moda
----------	------

Módulo:	Ámbitos de Creación
---------	---------------------

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	150
--	-----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Eduardo Zamarro Flores	e.zamarro@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La finalidad de esta asignatura es dar a conocer a los estudiantes la herramienta del estilismo, destinada a la formación y capacitación laboral de los futuros estilistas de moda, los creadores de estilo; estilistas vinculados a las empresas de comunicación y venta de los productos de moda. Se trata de lograr el éxito para la comercialización o promoción de productos, servicios y marcas. El alumno aprende en lo referente a la imagen que proyecta y su implementación a través de todas las herramientas de la comunicación externa como la publicidad, las relaciones públicas y el marketing directo, así como la comunicación interna y hacia los grupos de interés de las organizaciones.

La personalidad de cada persona u organización se traslada visualmente a una estructura de marcas con su estilismo y estética determinada. Sus logotipos, tiendas, forma de exposición en el punto de venta... es creada

por un estilista o director creativo.

Una vez comprendida la teoría, el alumno podrá desarrollar en grupo un trabajo más ambicioso que los previos individuales, elaborando una estrategia para una marca de su elección que incluirá todas las técnicas de comunicación corporativa, incluyendo la creación de una identidad visual corporativa y un plan de acción en las áreas de la Responsabilidad Social y la comunicación Interna; este plan se expondrá en clase ante los compañeros de curso y formará parte de los casos estudiados.

Con esta materia el alumno debe adquirir la capacidad para responsabilizarse en un estudio de estilismo, tanto a nivel editorial, publicitario o de asesoramiento personal. Ser capaz de conocer el producto moda e integrarlo en sus trabajos de estilismo.

OBJETIVO

Desarrollar en el alumno las capacidades practicas para la proyección y la creacion de las imagenes de moda destinada a la venta de productos de diseno.

Los fines específicos de la asignatura son:

Presentar os fundamentos básicos para saber crear una marca propia como profesional del diseño y su integración en el mercado, posicionándola adecuadamente como resultado del análisis del entorno competitivo.

Presentar el marco laboral donde se encuadra la figura del estilista de moda.

Favorecer la reflexión estetica a partir de las colecciones realizadas en diseno para la creacion de una propuesta personal de estilo.

Presentar fundamentos de estudio de fotografia de moda y comunicacion de moda.

En cuanto a la parte practica, trabajar con productos de moda ya realizados para motivar a que el alumno desarrolle su personalidad estetica y realice la busqueda del estilo final para la presentacion al publico de colecciones de moda.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

El estudio de fotografia de moda y comunicacion de moda hace que su relacion con la asignatura de Diseño de Moda y Fotografia sea esencial y enriquecedora para el desarrollo de la misma. Se valorarán nociones de Diseño de Moda, Historia de la Moda, Historia del Arte, Fotografía, Photoshop.

CONTENIDOS

Introducción: Contexto actual
- Situación actual de la moda en Occidente
- La estética y el estilismo como herramienta de marketing

TEMA 1: El proyecto de Estilismo.

- 1.1.- La identidad creada: La busqueda de identificacion social y cultural a traves de la imagen de moda.
- 1.2.- La ficcion: el juego subjetivo, el lenguaje simbolico y psicologico
- 1.3.- El proceso creativo

TEMA 2: La editorial de moda

- 2.1.- Estudio editorial, distintos estilos
- 2.2.- Estilismo y complementos de moda
- 2.3.- Otros articulos de moda que intervienen en las decisiones esteticas. -Bodegon.
- 2.4.- La imagen de moda/ Imagen de marca.
- 2.5.- Comunicacion de marcas de moda.

TEMA 3: Creacion y produccion: La imagen de venta a partir de una coleccion.

- 3.1.- Proyecto de estilismo editorial
- 3.2.- La reflexion estetica para la creacion de un producto propio.

3.3.- El encuentro del estilo y su comunicacion

3.4.- Del proyecto de estilismo a la fotografia de arte final. Procesos de trabajo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases teórico-prácticas: exposición del profesor de los contenidos del temario junto con la aplicación de la teoría a casos prácticos

Trabajo autónomo individual: cada alumno realiza tareas de aplicación de los conocimientos a través del aula virtual, cada quince días.

Trabajo autónomo en grupo: en grupos establecidos por el profesor, los alumnos desarrollarán un proyecto de estilismo y un plan de comunicación para consolidarlo que tendrán que exponer en clase.

La asignatura es de carácter eminentemente práctica y se distribuye de la manera siguiente:

-Actividad presencial con docencia directa dos días semanales en bloques horarios de dos horas. -Actividad no presencial. La actividad presencial comprende 4 horas semanales durante 17 semanas.

- Clases teórico-prácticas: organizadas también en periodos de dos horas. Profundización y aplicación.

Explicación de las actividades prácticas concretas en relación a los apartados de cada tema.

-Clases prácticas: participación y realización por parte del alumno de los ejercicios y actividades propuestas. Se organizan en periodos de dos horas donde el profesor resuelve individual y colectivamente las dudas.

-Actividades de evaluación: Entrega de los trabajos para su valoración individual o colectiva en el caso de trabajos en grupo. La evaluación se hará en el aula para la corrección directa y mejora de los trabajos del alumno.

La actividad no presencial, correspondiente a un 20% de la asignatura :

-Realización de las actividades concretas planteadas como "no presencial". Búsqueda en internet de Webs que apoyen el proceso creativo.

-Trabajo no específico de la asignatura realizado en el plato fotográfico y exteriores.

La metodología de partida estará fundamentada en el principio de "Zonas de Desarrollo Próximo". Este principio pedagógico se basa en que los alumnos consigan éxitos consecutivos en el aprendizaje partiendo del nivel en el que se encuentren, para que de manera gradual se alcancen las competencias establecidas. De esta manera se trata de aumentar en ellos/as la motivación y la auto-confianza a medida que las actividades se desarrollan.

Para que los alumnos adquieran las competencias planificadas se tendrán en cuenta los siguientes principios:

1.Saber hacer. Competencias relacionadas con la aplicación práctica del conocimiento. Se desarrollarán las actividades de forma que se contribuya a la asimilación e integración de habilidades siguiendo el método más adecuado según la actividad. Al mismo tiempo se tenderá hacia la transversalidad, aprovechando ideas y proyectos de las distintas asignaturas para que el alumno tenga una visión más completa de su formación.

2.Saber ser. Competencias relacionadas con el "yo y los otros". Las actividades planteadas potenciarán la consecución de las competencias relacionadas con las actitudes personales que faciliten el desarrollo individual como personas en un entorno profesional, de tal manera que tengan un acercamiento al mundo laboral efectivo.

Las actividades formativas, así como la distribución de los tiempos de trabajo, pueden verse modificadas y adaptadas en función de los distintos escenarios establecidos siguiendo las indicaciones de las autoridades sanitarias.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas
CLASES TEÓRICO - PRÁCTICAS 40h PRESENTACIÓN TRABAJOS INDIVIDUALES Y EN GRUPO 8h REALIZACIÓN DE PRUEBAS 4h OTRAS ACTIVIDADES (salidas al Museo del Traje, jornadas, seminarios...) 8h	TRABAJOS EN GRUPO 20h ESTUDIO TEÓRICO 40h TRABAJOS INDIVIDUALES 20h ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS 10h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Desarrollar la capacidad creativa del alumno desde una sólida base teórico-práctica que le permita plantear, resolver y presentar problemas de diseño de una forma única y original.

Inculcar en el alumno la capacidad de trabajar en equipo, partiendo de la investigación autónoma al servicio de un proyecto global, que le permita definir responsabilidades y colaborar con otras profesiones y oficios, persiguiendo un fin común.

Dotar al alumno de una amplia visión del mundo del Diseño mediante el conocimiento de sus diferentes disciplinas para poder aprovechar las sinergias y los recursos creativos que comparten los diferentes profesionales de este campo.

Enseñar al alumno a exponer, argumentar y defender su proyecto tanto a nivel universitario como en un entorno profesional, de cara a clientes o a profesionales del Diseño.

Formar a un profesional intelectualmente curioso, que rechaza el pensamiento débil, y que aspira a mejorar la cultura contemporánea transmitiendo valores basados en la búsqueda de la verdad, el bien y la belleza.

Competencias específicas

Desarrollar la habilidad para comunicarse y hacerse entender oral y por escrito (preparación de brief, defensa de

propuestas, redacción de informes, visualización de la información).

Dominar técnicas de exposición y ejemplificación.

Adquirir una comprensión crítica de la evolución de los valores estéticos, históricos, materiales, económicos y conceptuales.

Adquirir la capacidad de (auto)reflexión analítica y (auto)crítica en el trabajo creativo.

Desarrollar la capacidad para trabajar en equipo.

Desarrollar la capacidad de iniciativa propia y de auto motivación.

Conocer las normas de actuación derivadas de los derechos de autor y propiedad.

Colaborar con otras profesiones y, especialmente, con los profesionales de otros campos.

Obtener apreciación estética.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El alumno valora y comprende la importancia de la imagen personal y/o corporativa como una globalidad que responde a la personalidad, filosofía, cultura y objetivos de las personas y/u organizaciones.

El alumno desarrolla la imagen personal y/o corporativa a través de las distintas técnicas de estilismo y estética.

El alumno es capaz de conocer el producto moda, exponerlo e integrarlo en sus trabajos de estilismo.

El alumno demuestra responsabilidad y autonomía en un estudio de estilismo, tanto a nivel editorial, publicitario o de asesoramiento personal.

El alumno conoce y cumple las normas de actuación derivadas de los derechos de autor y propiedad, así como los protocolos de préstamo y devolución de producto.

El alumno se expresa con un vocabulario profesional y adecuado, y comunica las ideas al cliente o en el briefing de manera efectiva y apropiada.

El alumno aplica en sus creaciones de estilismo unas referencias de otras disciplinas que enriquecen la estética, demostrando un gusto trabajado y original.

El alumno trabaja en equipo tanto con sus compañeros como con otros profesionales y sectores afines y complementarios.

El alumno demuestra un análisis crítico y constructivo tanto del propio trabajo como el de los compañeros y otros casos de estudio.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Evaluación continua:

La asistencia a clase es obligatoria; faltas de asistencia superiores al 20% del total pueden suponer la pérdida del derecho a la evaluación continua y quedará pendiente toda la materia de examen y los trabajos para el examen de convocatoria extraordinaria.

Trabajos y examen. La nota del curso será el resultado de trabajos individuales y de grupo obligatorios (que liberan materia), y de un examen final. Solo se valorarán los trabajos si el alumno obtiene en el examen final una calificación superior a 4. Cada apartado es obligatorio y si alguno no ha sido superado por el alumno, quedará pendiente para la convocatoria ordinaria, en la que se mantendrán los mismos criterios.

CONVOCATORIA ORDINARIA: Evaluación continua.

- Trabajos individuales de la primera parte de la asignatura a través del aula virtual (30%).
- Proyecto de Estilismo en grupo en la tercera parte de la asignatura (30%)
- Examen de tipo test y de desarrollo para evaluar la comprensión de los conceptos aprendidos (30%)
- Asistencia y clase y participación positiva en el desarrollo de la misma (10%).

Los trabajos individuales y de grupo obligatorios liberan materia del examen final.

Instrumentos de evaluación asociados a las metodologías docentes aplicadas:

A. Ejercicios a desarrollar en aula. (Presencial): actividad individual o en grupo en aula/taller con presencia del profesor: entrega de bloques de ejercicios o trabajos unitarios en carpetas (formatos físico y/o digital).

Exposiciones orales de los resultados prácticos.

B. Ejercicios y actividades (no presenciales): Trabajo autónomo del alumno. Entregas periódicas de los trabajos requeridos. Exposición individual/grupal del resultado obtenido.

C. Posibles pruebas semestrales de evaluación: práctica y/ o teórica.

La evaluación de los trabajos diarios se realizará de manera individualizada con el alumno, dentro de la hora planificada en las actividades de evaluación, de tal manera que este pueda incorporar y asimilar correctamente los contenidos planteados.

La nota del curso será el resultado de haber realizado y superado con una calificación superior a 5 todos los apartados antes descritos; en caso de no haber realizado alguno de ellos u obtener calificación inferior a 5, no se realizará media, la asignatura quedará suspensa y pendiente de aprobar el alumno las partes suspensas en la convocatoria extraordinaria.

Si el alumno no ha entregado alguno de los trabajos individuales o no ha participado en algún trabajo de grupo siguiendo las pautas del profesor, dichos trabajos quedarán pendientes para la convocatoria extraordinaria, guardando el profesor el resto de calificaciones parciales hasta completar el conjunto de ítems evaluables.

En caso de que el alumno no complete su evaluación en convocatoria extraordinaria con las partes no aprobadas o no entregadas en convocatoria ordinaria, sus demás calificaciones no se guardarán para el curso siguiente, debiendo el alumno volver a cursar la asignatura completa en todos sus apartados.

Para preparar la asignatura el alumno cuenta, además de con las explicaciones y apuntes de clase, con el programa y la bibliografía básica de la materia y la ayuda personalizada en tutorías que el alumno requiera. Cualquier modificación de estas condiciones en casos excepcionales deben ser consultados y aprobados por el profesor en el primer mes del cuatrimestre. Transcurrido ese plazo sólo serán considerados casos de fuerza mayor.

Para la aplicación del sistema de evaluación continua el alumno deberá asistir al menos y con puntualidad al 80 % del total de los periodos lectivos. A tal fin se podrá pasar lista al inicio de cada periodo lectivo. Si un alumno llegara tarde 20 minutos se considerara retraso y si hubieran pasado más de 30 minutos el retraso se considerara falta a criterio del profesor. También será criterio del profesor no permitir el acceso al aula si un alumno llegara tarde en la exposición de una clase teórica y será considerado como falta.

Alumnos con pérdida de la evaluación continua

Los alumnos con pérdida de evaluación continua se presentarán al examen de la convocatoria ordinaria. Este examen podrá constar de una o varias pruebas de carácter teórico y/o práctico y ponderará como el 100% de la nota final, y se detallará por la profesora asegurando que se trabajan todas las competencias de la asignatura.

En el caso que el examen conste de varias pruebas será necesario obtener un mínimo de 5 en cada una de ellas, siendo la nota final la media aritmética de todas ellas. El no aprobar una de las pruebas implica que no se realizará la media y la asignatura quedará como suspensa.

No se admitirán otros trabajos de recuperación, trabajos previos o revisión de carpetas.

En el caso de que por motivos sanitarios fuera necesario que la docencia se impartiera en remoto se mantendrá el sistema de calificación actual, dado que puede ser aplicable también en esa situación. Los exámenes se realizarán de modo presencial tanto en condiciones normales como en el caso de tener que impartir la docencia en remoto.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

OLINS W. (2009). El libro de las marcas. VV.AA. Océano Ambar.

BASSAT L.(2006). El libro rojo de las marcas. Debolsillo. Barcelona.

BUCKLE, C. Estilismo de moda (Manuales de diseño de moda), Editorial Gustavo Gili

GONZALEZ P. (2011) Manual del estilista. Editorial Almuzara

GUILLAUME E. Sociología de las tendencias, Editorial Gustavo Gili

Complementaria

SIEGEL E. (2008) Curso de Fotografía de Moda. Principios, practicas y tecnicas: una guía indispensable.
Editorial Acanto