

Título Superior de las
Enseñanzas Artísticas Superiores
de Diseño (nivel grado)

Curso 2017-2018

Guía docente de
GESTIÓN DE EMPRESAS DE MODA

Especialidad de Diseño de MODA

Título Superior de las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño (nivel grado)

Guía docente de la asignatura **Gestión de Empresas de Moda**

1. Identificación de la asignatura

Tipo	Obligatoria de especialidad
Materia	Gestión de Diseño
Especialidad	Diseño de Moda
Periodo de impartición	Curso 4º / 1º semestre
Nº créditos	4
Departamento	Cultura y Gestión del diseño
Idioma/s	Español

2. Profesor responsable de la asignatura

Apellidos y nombre	Correo electrónico
GALLEGO VILLEGAS, ANGELINA	agallego@esdmadrid.es

3. Relación de profesores y grupo a los que imparten docencia

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
GALLEGO VILLEGAS, ANGELINA	agallego@esdmadrid.es	mañana
NAVAZO RUIZ, MARIA ANGELES	mnavazo@esdmadrid.es	tarde

4. Presentación de la asignatura

La asignatura Gestión de Empresas de Moda es una asignatura que se encuadra dentro de la Materia Gestión del Diseño de Moda como Obligatoria de Especialidad.

Se imparte en cuarto, curso en el que se habrán adquirido previamente los conocimientos básicos sobre Organización Empresarial, que unidos a estos conocimientos, le permitirán al alumno concebir, planificar y desarrollar Proyectos de Diseño de Moda de acuerdo con los requisitos básicos y las estrategias que le aportarán los estudios de los instrumentos básicos de la Empresa y la Cadena de valor de la Moda.

Todo ello le permitirá saber comunicar sus ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente y saber evaluar propuestas y canalizarlas en el entorno de la Moda.

Su función en el Plan de Estudios es clave para poder transmitir el complejo y extenso ámbito de gestión de la Creatividad de Moda en la estructura jerárquica y organizativa de la empresa de moda.

Tendrá que saber valorar las diferentes tipologías dentro del sector y las estrategias del producto. Se le presentarán situaciones diferentes en las que se tendrá que desenvolverse frente a mercados nacionales e internacionales y a la competencia que se va a encontrar en los mismos.

Tendrá que saber su papel entre todos los protagonistas de la creación de identidades: Directores creativos, Jefes de Producto y diseñadores. El Diseñador aparecerá en sí mismo como Una Marca.

La actividad empresarial del mundo de la moda es actualmente de una importancia enorme en cuanto a volumen de cifras y se manifiesta en todos los sectores de la economía como posible generador de empleo y futuro a nivel mundial. Los mercados de la moda se han visto especialmente afectados por la Globalización siendo necesario adquirir los conocimientos suficientes para poder desenvolverse en estos diferentes terrenos con las armas legales y empresariales necesarias para poder competir.

El alumno ha de saber analizar los estudios de mercado y su incidencia en los nuevos productos y colecciones. Ha de saber trabajar con el dinamismo necesario para que el proceso de la cadena de valor se potencie y se distribuya con facilidad y eficacia internacionalmente.

Es clave para el Diseñador de Moda conocer las herramientas básicas del Marketing. Por ello la importante relación y necesidad de coordinar muy bien esta asignatura con la de Marketing de Moda que se estudia en este mismo curso de 4º y por supuesto tiene que servir de apoyo al Proyecto de final de Carrera para que el planteamiento del mismo se haga con el conocimiento claro de que todo diseño es importante, pero si quiere llegar al mercado tendrá que conocer sus técnicas de posicionamiento y venta para conseguir una rentabilidad del producto de moda diseñado.

Además ha de saber adaptarse a los cambios culturales, sociales y artísticos y a los avances que se produzcan en el ámbito profesional.

Gracias al estudio de esta asignatura el alumno conocerá y sabrá diferenciar los modelos culturales de Gestión de Moda: modelo francés, americano, italiano asiático y en nuestro caso el modelo español.

Se trata de una asignatura dinámica que requerirá de una formación continuada.

4.1. Prelación, requisitos previos y/o recomendaciones

Para poder conseguir el mayor rendimiento de los conocimientos que se pretenden obtener con esta asignatura, es necesario que previamente el alumno haya superado en tercero la asignatura de Organización Empresarial.

Dicha asignatura le permitirá conocer las nociones básicas de empresa para poder con posterioridad centrarnos en la Empresa de Moda y sus formas y modos de Gestión y Comunicación de estrategias y publicidad de la misma.

Y por supuesto es clave tener muy claro lo que queremos fabricar, diseñar, vender, comunicar, distribuir y posicionar en ese mercado, para lo cual tendrán que haber adquirido todos los conocimientos básicos en cuanto a técnicas de confección, patronaje, producto, diseño, etc.

5. Competencias

Competencias transversales (comunes a cualquier titulación de grado)

1CT Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.

2CT Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
3CT Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
7CT Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
8CT Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
9CT Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.
10CT Liderar y gestionar grupos de trabajo.
11CT Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.
13CT Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional
15CT Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.
16CT Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental
Competencias generales (comunes a otras asignaturas del título superior de diseño)
1CG Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.
2CG Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial.
3CG Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
5CG Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
9CG Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro de objetivos personales y profesionales.
10CG Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
13CG Dominar la metodología de investigación.
14CG Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.
Competencias específicas (propias de esta asignatura)
5CEM Adecuar la metodología y las propuestas de diseño a la evolución tecnológica e industrial propia del sector.
8CEM Analizar los estudios de mercado y su incidencia en el desarrollo de nuevos productos y colecciones.
9CEM Conocer los recursos tecnológicos de la comunicación y sus aplicaciones al diseño de moda e indumentaria.
11CEM Conocer el marco económico y organizativo en el que se desarrolla la actividad empresarial
12CEM Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño de moda e indumentaria.
13CEM Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial.
14CEM Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.

Otras competencias específicas (propias de esta asignatura, no contempladas en el plan de estudios)
CGM1 Aprender a gestionar una Marca de Moda
CGM2 Comprensión del Mercado de Globalización para el posicionamiento de mercados
CGM3 Conocer la Cadena de valor del producto de Moda . La Obsolescencia Programada.
CGM4 Conocer la Estructura jerárquica y Organizativa de las empresas de Moda .
CGM5 Estudiar y Analizar Los diferentes modelos culturales de Gestión de Moda: Modelo Francés , Americano, Italiano , Asiático , y el modelo español.

6. Resultados del aprendizaje

<p>Saber conceptuar fenomenológicamente el sistema de la Moda. Poder gestionar la creatividad y el valor de la moda. Presupuestos, contratos, normativa afín. Situar estructuralmente y competitivamente el fenómeno de la Moda y la Lógica de la Cadena de Valor. Interpretar correctamente Los Procesos de Gestión. Canalizar el Proceso Logístico y Productivo y la configuración de la Cadena de Suministro Conocer la Estrategia Comercial y de Distribución.</p>

7. Contenidos

Bloque temático	Tema
Bloque Temático 1 : El Concepto fenomenológico del sistema de la moda . El Concepto Estructural y Competitivo del Sistema de la Moda I.- "Denominación"	Tema 1. Fenomenología de la Moda
	Tema 2. Gestión de la Creatividad
	Tema 3. La Lógica de la Cadena de valor.
	Tema 4 . La Competitividad de los Modelos Nacionales .Modelo francés, americano italiano, asiático y el modelo español.
Bloque Temático 2º : Los Procesos de Gestión	Tema 5º. Ámbito Competitivo y Opciones de Segmentación
	Tema 6º: El Proceso de Posicionamiento Estratégico
	Tema 7º . El Proceso de desarrollo del Producto y de las Colecciones
	Tema 8º . El Proceso Productivo- logístico y la configuración de la cadena de suministro . La externalización de la Producción.
	Tema 9º. El Proceso Comercial, sistemas y punto de venta.
	Tema 10º . El Proceso de Comunicación de la Marca.

8. Actividades obligatorias (evaluables):

Tipo de actividad:
Realización de un trabajo de investigación de un tema de la Programación.
Presentación escrita y defensa oral del trabajo de investigación.
Participación en coloquios , mesas redondas en el aula y en colaboración con otros alumnos de otras especialidades de diseño (1 o 2)

Examen escrito sobre los contenidos de la asignatura

9. Planificación temporal del trabajo del estudiante

	HORAS
Clases teórico-prácticas (a)	56
Realización de pruebas (a)	4
Otras actividades formativas (a)	12
Preparación del estudiante para clases teórico- prácticas (b)	40
Preparación del estudiante para realización de pruebas (b)	8
Total de horas de trabajo del estudiante (a+b)	120

10. Metodología

El desarrollo de la asignatura se estructura en 2 sesiones semanales de 2 horas de duración.

La metodología de trabajo se clasifica de la siguiente forma:

1. Aprendizaje en grupo con el profesor, los modelos utilizados serán la lección magistral, en las clases teóricas (clase expositiva empleando el método de la lección y resolución de dudas planteadas por el estudiante), y el modelo participativo, en las clases prácticas (análisis, comentario de ejercicios o tema planteado por el profesor, textos, trabajos individuales o en grupo, presentación de trabajos, debate).
2. Estudio individual, el modelo a aplicar es el investigador, de forma que la actividad del estudiante se centra en la investigación, documentación, análisis, manipulación, elaboración y retorno de la información. Lo realizará para la preparación de clases teóricas, prácticas, preparación de pruebas, realización de ejercicios, trabajos y lecturas propuestas.

Trabajo en grupo con los compañeros, con el objeto de fomentar las relaciones personales, compartir problemas y soluciones en equipo

11. Evaluación y calificación

11.1. Instrumentos de evaluación asociados a las metodologías docentes aplicadas

Prueba escrita: se realizará en 2 horas.

Prueba oral y presentación y defensa de trabajos: se valorará mediante la expresión oral, la comprensión de los contenidos en la asignatura, así como la capacidad de relacionar diversas materias y el conocimiento de problemas actuales. Se instrumentará mediante la defensa de un proyecto y ejercicios de trabajo personal, entrevista profesor-alumno, presentaciones grupales, debate entre alumnos, ...

Actividades de aprendizaje basado en problemas: se formulará ejercicios basados en supuestos prácticos, se realizarán generalmente de forma individual, la solución será realizada por escrito y entregada en el tiempo asignado.

Lecturas: supone el análisis, síntesis, reflexión y crítica de textos que los alumnos realizarán por escrito, generalmente.

Estudio y análisis de casos: supone, la reflexión y crítica de casos de gestión del diseño, basados en hechos y opiniones problemáticas, se establecerá un diálogo grupal. Los alumnos realizarán por escrito un informe o memoria que en alguna ocasión será presentado de forma pública al resto de los estudiantes.

Debates: intercambio de ideas acerca de un tema concreto, que previamente se ha planteado.
 Trabajo de investigación, preferiblemente relacionado con la temática de su futuro trabajo de fin de estudios, y relacionado con los contenidos de la asignatura, con la intención de contextualizarlo en su gestión. Puede realizarse individualmente o en grupo reducido.

11.2. Criterios de evaluación

Valorar el contexto económico y empresarial donde el diseñador va a ejercitar su profesión.
 Interpretar el valor del diseño en la estrategia empresarial.
 Demostrar capacidad de análisis y organización en la ejecución de los ejercicios evaluables, así como la coherencia y uso del lenguaje verbal en las presentaciones de los trabajos y debates.
 Conocer y ser capaz de aplicar los conceptos básicos y la terminología propia de la propiedad intelectual y áreas jurídicas aplicables al diseño gráfico así como normas de buenas prácticas profesionales.
 Puntualidad en la entrega de trabajos, presentación, organización, redacción, originalidad (plagio totalmente prohibido), capacidad de trabajo en equipo.

11.3. Criterios de calificación

El sistema establecido está basado en el marco europeo de educación superior en donde se determina que se ha de realizar bajo la Evaluación Continua.
 Aquellos alumnos que no cumplan el requisito del porcentaje mínimo de asistencia a clase, establecido en el 80% del total de clases, perderán la evaluación continua, pero en ningún caso el derecho a ser evaluados en la convocatoria ordinaria. El profesor convocará a los estudiantes que se encuentren en esta situación a una prueba que medirá los resultados del aprendizaje de la asignatura. En este supuesto no serán objeto de evaluación trabajos, ejercicios o tareas realizados fuera de dicha prueba.
 Se establecerá una puntuación numérica de 0 a 10 , pudiéndose utilizar un decimal . Estas calificaciones aparecerán en las actas.

11.4. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Prácticas	80%
Asistencia a clase y participación activa	10%
Pruebas orales, presentación y defensa de trabajos	10%
Total ponderación	100%

11.5. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

Aquellos alumnos que no cumplan el requisito del porcentaje previsto de asistencia a clase, los criterios serán los siguientes:

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Prueba Escrita (2 horas)	100%

Total ponderación	100%
--------------------------	-------------

11.6. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Para aquellos alumnos que no hayan superado la evaluación ordinaria. Todas las pruebas de evaluación deben realizarse de forma presencial en el periodo establecido.

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Prueba Escrita (2 horas)	100%
Total ponderación	100%

11.7. Ponderación de los instrumentos de evaluación de estudiantes con discapacidad

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Los profesores deberán realizar la correspondiente adaptación en función del tipo de discapacidad del alumno en cuestión.	
Total ponderación	100%

12. Recursos y materiales didácticos

<p>Bibliografía básica Bibliografía complementaria Recursos en red y otros recursos Páginas webs de temática similar, de carácter docente o divulgativo, por ejemplo. Foros relacionados con la temática de la asignatura. Blogs relacionados con la temática de la asignatura. Grupos industriales y/o empresariales en esa rama del conocimiento o relacionados con la asignatura. Principales fabricantes de productos o equipos, si están relacionados. Enlaces a videos. Noticias relacionadas con la asignatura. Videoconferencias, tutorías virtuales. Revistas relacionadas con las materias sólo disponibles en la biblioteca del departamento. Películas y Documentales</p>

12.1. Bibliografía general

Título	<i>La Gestión de Empresas de Moda</i>
Autor	Saviolo , Stefanía Testa , Salvo
Editorial	Editorial Gustavo Gili .GG Barcelona 2010
Título	<i>Principios de Gestión en Empresas de Moda</i>
Autor	Dillon , Susan
Editorial	Editorial Gustavo Gili 2012
Título	<i>Cómo gestionar Marcas de Moda. El Valor de la Comunicación.</i>

Autor	Díaz Soloaga , Paloma
Editorial	Editorial Interbrand 2012

12.2. Bibliografía complementaria

Título	Marcas de Moda. Marcar estilo desde Armani a Zara
Autor	Tungate, Mark
Editorial	Editorial Gustavo Gili.GGmoda
Título	La Imagen de Marca. Un fenómeno Social
Autor	Costa , Joan.
Editorial	Editorial Paidos Diseño 02 Barcelona
Título	Promoción de Moda
Autor	Moore , Gwyneth
Editorial	Editorial Gustavo Gili .GGmoda . 2010

12.3. Direcciones web de interés

Dirección 1	www.inditex.es
Dirección 2	www.marketing-xxi.com
Dirección 3	www.marketingnews.es
Dirección 4	www.merco.es
Dirección 5	www.empresamoda.es
Dirección 6	www.gestionmoda.es
Dirección 7	www.marcasmoda.es
Dirección 8	www.fashionnigth.com
Dirección 9	www.fashionweek.es
Dirección 10	www.obsolescenciaprogramada.es

12.4. Otros materiales y recursos didácticos

Películas
Documentales (September issue, Balenciaga , Chanel ,Dior , Fábricas Moda , Telares , Inditex.....)
Presentaciones Power Point y Prezi profesor
Pasarelas
Catálogos de Diseñadores y de Marcas
Revistas de empresas de moda
Libros de empresas de moda y sus procesos de marketing y creación , etc
Revistas de Moda y Especiales de Colecciones , especialmente los números de Septiembre
Blogs de Moda

13. Profesorado

Nombre y apellidos	ANGELINA GALLEGO VILLEGAS
Correo electrónico	agallego@esdmadrid.es
Departamento	Cultura y gestión del diseño
Categoría	Profesor titular
Titulación Académica	Licenciada en Derecho
Experiencia docente/profesional/investigadora relacionada con la asignatura	<p>Desde el ingreso en el cuerpo en 1982 hasta el día de hoy y anteriormente como interina y contratada ha impartido todas las asignaturas relacionadas con la especialidad de la asignatura . Impartiendo docencia en estos años en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escuela de la Palma, Escuela de Moda ,Escuela de Diseño de Interiores ,Escuela de Diseño Gráfico, Escuela 12 y Escuela de Cerámica. Ha impartido Titulaciones de Ciclos y de Estudios Superiores . <p>Actualmente y desde el año de su creación es profesora titular de las asignaturas que componen Gestión de Diseño en la ESD.</p> <p>Desde terminación de la carrera en 1978 ha impartido las siguientes asignaturas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Derecho Usual y Nociones de Contabilidad y Correspondencias Comercial • FOL • Organización industrial y Legislación Laboral . • Marketing • Economía y Gestión de Empresas • Sociología • Organización Empresarial • Marketing de Moda • Gestión de Empresas de Moda • Protección del Diseño <p>Profesora del Master en Enseñanzas Artísticas en Diseño de Espacios Comerciales/ MA in Retail Design e/s/d : Diseño Estratégico y Modelos de Negocio</p> <p>Además ha sido Coordinadora del Plan Experimental y de los Proyectos Atenea Mercurio del MEC para la implantación de nuevas tecnologías . Entre otras actividades realizadas se destacan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cámara de Comercio Española en Ecuador • Vicepresidenta del Instituto de Cultura Hispánica • Presidenta Asociación de damas Españolas en Ecuador • Presidenta Fundación Fudis , Ayuda e Integración discapacitados , etc... • 18 exposiciones internacionales individuales de Pintura • Representante de España en Aniversario Quito Patrimonio Humanidad Unesco • Organización de Conciertos en el Teatro Real y Auditorio

	<p>Nacional, entre otros el Homenaje despedida de Jesús López Cobos ...</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secretaria General ADAMUN • (Organización de conciertos en Teatro Real y colegios mayores ...) • Coordinadora ejecutiva del Proyecto "Nuevos Talentos Hispánicos" . • Publicación de cuentos ISBN • Publicación de memoria D ° usual • Equipo relaciones institucionales y empresas de la ESD • Etc. <p>Autora del libro sobre la asignatura Organización Empresarial: Organización Empresarial para Diseñadores Marketing de Moda y Gestión de Empresas de Moda que implica un Proyecto de Jóvenes Emprendedores de Diseño. Proyecto de Jóvenes Emprendedores de Diseño Proyecto Solidario en Colores de Calcuta con la participación de los alumnos de las cuatro especialidades de Diseño de la ESD. Coordinadora de Especialidad: Diseño de Moda. Organizadora de las pasarelas y PDF : Matadero 2015.- Matadero 2017. Organizadora del Concept Fashion Show: Escuela Superior de Diseño 2016/ Escuela Superior de Diseño 2017. Exposición Museo del Traje 2017-Diseño Emergente</p>
--	---

Nombre y apellidos	MARÍA DE LOS ANGELES NAVAZO RUIZ
Horario de atención a alumnos	Se acordará previamente con el alumno
Correo electrónico	mnavazo@esdmadrid.es
Departamento	Cultura y gestión del diseño
Categoría	Profesora
Titulación Académica	Licenciada en Derecho
Experiencia docente/profesional/investigadora relacionada con la asignatura	<p>Experiencia docente: desde el curso 2012-2013 profesora en la ESDM, impartiendo docencia en los Estudios Superiores de Diseño (LOE), en las asignaturas Organización Empresarial, Praxis del Diseño de Interiores, Protección del Diseño, Marketing de Moda, Gestión de Empresas de Moda, Gestión del Diseño. Desde el curso 2005 al 2012, como profesora de Estudios Superiores de Diseño (LOGSE), en la materia de Ciencias Sociales y Legislación Aplicada al Diseño Gráfico, en la Escuela de Arte Diez de Madrid. Asignaturas que ha impartido: Organización Industrial y Legislación Aplicada al Diseño Gráfico, Sociología.</p> <p>Experiencia profesional: asesora legal de forma autónoma y en colaboración con otros profesionales. Trabajando en distintas empresas multinacionales, del campo de las nuevas tecnologías, durante más de un decenio, en el departamento de marketing, ejerciendo distintos puestos de responsabilidad.</p> <p>Experiencia investigadora: tesis en curso, UNED/UC3M, departamento de Derecho Administrativo</p>

14. Información sobre la asignatura en cursos anteriores

Esta asignatura se dio de forma experimental en el curso de tercero de Estudios Superiores del Plan Experimental . Por supuesto no tuvo la densidad y profundidad que requiere su impartición en Estudios de Grado , pero puedo decir que fue una experiencia extraordinaria para los alumnos .

Desde que se empezó a impartir en la ESD ha contado con una enorme aceptación y con gran entusiasmo por parte del alumnado.

El curso pasado se impartió con nuevos contenidos en el cuarto curso de Diseño de Moda de la ESD.

La aceptación fue extraordinaria. Les permitió entrar en el Mundo de la Gestión de Empresas de Moda y comprender que el Diseño es muy importante en su carrera , pero que es clave y fundamental que obtengan conocimientos suficientes para saber posicionarlo en el Mercado si quieren que funcione y sea rentable. El éxito de la asignatura ha sido tal que alumnos de otros cursos solicitaron , tanto en el curso 2012.13, como en el 2013-14 , y en el 2014-15, que, aunque no eran de tercero , querían poder asistir y participar como oyentes para familiarizarse con todo ello .

Mi propósito es que se consolide en Diseño de Moda como un eje importantísimo para que sepan poner en valor el resto de conocimientos adquiridos.

Cronograma Semanas 1 a 9

ASIGNATURA: GESTIÓN DE EMPRESAS DE MODA

CURSO: 4º

SEMESTRE: PRIMERO

ESPECIALIDAD: DISEÑO DE MODA

PROFESORAS: ANGELINA GALLEGO VILLEGAS / MARIAN NAVAZO
 RUIZ

SEMANA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
BLOQUE	BLOQUE 1 – EL CONCEPTO FENOMENOLÓGICO DEL SISTEMA DE LA MODA. EL CONTEXTO ESTRUCTURAL Y COMPETITIVO DEL SISTEMA DE LA MODA								ENTREGAS Y PRUEBAS	
TEMA	TEMAS 1		TEMA 2		TEMAS 3		TEMAS 4	TEMA 5		
ACTIVIDAD	LECCIÓN MAGISTRAL. PRESENTACIÓN DE VIDEOS, PELÍCULAS, INVESTIGACIÓN CASOS PRÁCTICOS Y COORDINACIÓN DE LA ELABORACIÓN DE TRABAJOS				PRESENTACIONES DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN. LECCIONES MAGISTRALES Y PRUEBAS.					
METODOLOGÍA	CLASE TEÓRICA. SEMINARIOS. TRABAJOS EN GRUPO. APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS. ESTUDIO DE CASOS..APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS. PRESENTACIÓN DE TRABAJO DE GRUPO. CLASES PRÁCTICAS. TUTORÍAS. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN.. RESOLUCIÓN DE EJERCICIOS. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS: LECTURAS, SEMINARIOS, ASISTENCIA A CONGRESOS, CONFERENCIAS, JORNADAS, TALLER / WORKSHOP, CICLOS DE CONFERENCIAS, PROYECCIONES, PASARELAS, VISITAS TÉCNICAS CON REDACCIÓN DE INFORMES, ETC...									
COMPETENCIAS	1CT 2CT 3CT 7CT 8CT 9CT 10CT 11CT 13CT 15CT 16CT 1CG 2CG 3CG 5CG 9CG 10CG 13CG 14CG 4CEM 5CEM 8CEM 9CEM 12CEM 13CEM 14CEM CGM1 CGM2 CGM3 CGM4 CGM5				1CT 2CT 3CT 7CT 8CT 9CT 10CT 11CT 13CT 15CT 16CT 1CG 2CG 3CG 5CG 9CG 10CG 13CG 14CG 4CEM 5CEM 8CEM 9CEM 12CEM 13CEM 14CEM CGM1 CGM2 CGM3 CGM4 CGM5					

Cronograma Semanas 10 a 18

ASIGNATURA: GESTIÓN DE EMPRESAS DE MODA

SEMESTRE: PRIMERO

PROFESORAS: ANGELINA GALLEGO VILLEGAS/MARIAN NAVAZO

RUIZ

CURSO: 4º

ESPECIALIDAD: DISEÑO DE MODA

SEMANA	11	12	13	14	15	16	17	18	
BLOQUE	BLOQUE 2 – LOS PROCESOS DE GESTIÓN							PRUEBA EXTRAORDINARIA	
TEMA	TEMAS 6		TEMA 7		TEMAS 8		TEMA9		TEMA10
ACTIVIDAD	LECCIÓN MAGISTRAL. PRESENTACIÓN DE VIDEOS, PELÍCULAS, INVESTIGACIÓN CASOS PRÁCTICOS Y COORDINACIÓN DE LA ELABORACIÓN DE TRABAJOS				PRESENTACIONES DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN. LECCIONES MAGISTRALES Y PRUEBAS.				ENTREGAS Y PRUEBA ORDINARIA
METODOLOGÍA	CLASE TEÓRICA. SEMINARIOS. TRABAJOS EN GRUPO. APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS. ESTUDIO DE CASOS.. APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS. PRESENTACIÓN DE TRABAJO DE GRUPO. CLASES PRÁCTICAS. TUTORÍAS. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN.. RESOLUCIÓN DE EJERCICIOS. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS: LECTURAS, SEMINARIOS, ASISTENCIA A CONGRESOS, CONFERENCIAS, JORNADAS, TALLER / WORKSHOP, CICLOS DE CONFERENCIAS, PROYECCIONES, PASARELAS, VISITAS TÉCNICAS CON REDACCIÓN DE INFORMES, ETC...								
COMPETENCIAS	1CT 2CT 3CT 7CT 8CT 9CT 10CT 11CT 13CT 15CT 16CT 1CG 2CG 3CG 5CG 9CG 10CG 13CG 14CG 4CEM 5CEM 8CEM 9CEM 12CEM 13CEM 14CEM CGM1 CGM2 CGM3 CGM4 CGM5				1CT 2CT 3CT 7CT 8CT 9CT 10CT 11CT 13CT 15CT 16CT 1CG 2CG 3CG 5CG 9CG 10CG 13CG 14CG 4CEM 5CEM 8CEM 9CEM 12CEM 13CEM 14CEM CGM1 CGM2 CGM3 CGM4 CGM5				

Los contenidos del Temario de la asignatura y el Cronograma ,pueden ser modificados por la profesora ,siempre y cuando respete los contenidos mínimos establecidos en el Decreto 34/2011 de 2 de junio , del BOCM ,por el que se establece el Plan de Estudios para la Comunidad de Madrid de las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño.