

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

Curso 2016-2017

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 o 2º 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	aplatard@telefonica.net

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

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
GALLEGO VILLEGAS, ANGELINA	aplatard@telefonica.net	mañana
NAVAZO RUIZ, MARIA ANGELES	Marian.navazo@gmail.com	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 el cuarto curso, 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 desenvolver 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.

Esta asignatura es una forma de continuidad con la asignatura de organización empresarial que se imparte de forma general en tercero y que ahora nos permite centrarnos en las estrategias de mercado específicas del mundo de la moda y su contexto.

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. Para ello tiene que conocer y estudiar a fondo todas las técnicas de Marketing y Comunicación que le van a permitir influir en las nuevas tendencias y en las posibles evoluciones de los procesos de producto y de diseño.

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.

Esta asignatura guarda una importante relación no solamente con la asignatura Organización Empresarial de tercero que deberá ser base para continuar estudiando , sino también y en gran medida con la asignatura de Marketing de Moda , ya que el Marketing es una parte importante de esta Gestión de la empresa . 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.

Un análisis comparativo de todos ellos nos permitirá tener un concepto global y completo del mundo de la empresa con carácter internacional y la influencia de unos y otros y los distintos planteamientos de modelos de gestión de empresas que eso conlleva.

Un punto importante que tendrá que analizar es la forma de obsolescencia programada que tanto ha condicionado el sector de la moda .

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

4.1. Prelación, requisitos previos y/o recomendaciones

Para poder obtener el mayor rendimiento de los conocimientos que se pretenden obtener con esta asignatura , es conveniente 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.

Es desde luego clave saber lo que es una empresa , pero desde luego es clave saber cómo funciona y cómo se puede crear una empresa para poder entender la forma de comunicación al exterior de lo que en ella se produce y se quiere colocar en el mercado.

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.

El alumno verá que en esta asignatura tendrá que manejar términos anteriormente utilizados en Organización Empresarial y conceptos básicos desarrollados en el curso anterior , pero también observará la necesidad de relación que existe entre el estudio de esta asignatura y el resto de las asignaturas del grado que son básicas para entender el proceso de la cadena de valor y su forma de funcionamiento.. Todo forma un conjunto que se complementa estrechamente y que establece conexiones necesarias para poder moverse en el mundo del Diseño de Moda.

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.
4CT	Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
5CT	Comprender y utilizar, al menos, una lengua extranjera en el ámbito de su desarrollo profesional.
6CT	Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.
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.
12CT	Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continuada.
13CT	Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional
14CT	- Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables
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
17CT	Contribuir con su actividad profesional a la sensibilización social de la importancia del patrimonio cultural, su incidencia en los diferentes ámbitos y su capacidad de generar valores significativos.
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.
4CG	Profundizar en la historia y la tradición de las artes y del diseño.
5CG	Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
6CG	Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales.
7CG	Conocer procesos y materiales y coordinar la propia intervención con otros profesionales, según las secuencias y grados de compatibilidad.

8CG Ser capaces de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles.
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.
11CG Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.
12CG Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.
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)
1CEM Generar propuestas creativas de diseño de moda e indumentaria adecuadas a los condicionamientos materiales, funcionales, estéticos y comunicativos de los supuestos de trabajo.
2CEM Concebir y materializar proyectos de diseño de moda e indumentaria que integren los aspectos formales, materiales, técnicos, funcionales, comunicativos y de realización.
3CEM Conocer las características, propiedades y comportamiento de los materiales utilizados en los distintos ámbitos del diseño de moda e indumentaria.
4CEM Conocer la maquinaria y los procesos de fabricación, producción y manufacturado de los sectores vinculados al diseño de moda e indumentaria.
5CEM Adecuar la metodología y las propuestas de diseño a la evolución tecnológica e industrial propia del sector.
6CEM Fundamentar el proceso creativo en estrategias de investigación, metodológicas y estéticas. Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.
7CEM Resolver los problemas estéticos, funcionales, técnicos y de realización que se planteen durante el desarrollo y ejecución del proyecto.
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.
10CEM Dominar la tecnología digital específica vinculada al desarrollo y ejecución de proyectos de 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 posicionar y gestionar una Marca de Moda
CGM2 Saber realizar la Elaboración de un Plan de Marketing
CGM3 Comprensión del Mercado de Globalización para el posicionamiento de mercados
CGM4 Conocer la Cadena de valor del producto de Moda . La Obsolescencia Programada.
CGM5 Conocer la Estructura jerárquica y Organizativa de las empresas de Moda .
CGM6 Estudiar y Analizar Los diferentes modelos culturales de Gestión de Moda: Modelo Francés , Americano, Italiano , Asiático , y el modelo español.
CGM7 Gestionar la Comunicación de la Marca y el Producto.
CGM8 Estudiar el proceso productivo –logístico . La Cadena de Suministro . La Externalización

6. Resultados del aprendizaje

<p>Saber conceptualizar fenomenológicamente el sistema de la Moda. Poder gestionar la creatividad dentro del sistema de valor.</p> <p>Situar estructuralmente y competitivamente el fenómeno de la Moda y la Lógica de la Cadena de Valor.</p> <p>Interpretar correctamente Los Procesos de Gestión. Estructurar correctamente la Segmentación del Sector.</p> <p>Canalizar el Proceso Logístico y Productivo y la configuración de la Cadena de Suministro</p> <p>Dominar la Estrategia Comercial y de Distribución.</p> <p>Saber utilizar los nuevos campos de Comunicación de la Moda.</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:
Estudio de la Programación presentada al comienzo de curso. Estudio teórico de los contenidos relacionados con las clases teóricas. Estudiar exámenes ,trabajo en Biblioteca , lecturas complementarias .
Asistencia a clase de forma continua. Participación activa
Realización de trabajos en grupo y trabajos individuales bajo la dirección del profesor. Preparación de actividades para exponer o entregar en las clases prácticas . Se asignarán con carácter individual o en grupo . Incluye la defensa pública de los mismos.
Lectura de textos propuestos en clase
Realización de casos prácticos de forma individual .
Ejercicios en clase sobre temas y casos prácticos propuestos
Asistencia a actividades , visitas a empresas , organismos e instituciones relacionados con la materia. Participación en visitas técnicas cuya actividad esté relacionada con la asignatura. Normalmente se completará con la elaboración de un Informe.
Presentación y Exposición en clase del Trabajo Semestral escogido por el alumno sobre el que se investigará , bajo la dirección y coordinación del profesor
Participación en coloquios , mesas redondas en el aula y en colaboración con otros alumnos de otras especialidades de diseño
Preparación de pruebas y exámenes
Realización de Proyectos en los que debe explorar y trabajar un problema práctico aplicando conocimientos interdisciplinarios
Actividades Complementarias: Mediante las tutorías académicas y actividades formativas voluntarias relacionadas con la asignatura , pero no con la preparación de exámenes : lecturas , seminarios , asistencia a congresos , conferencias , jornadas , taller/workshop , congreso , invitados expertos , ciclos de conferencias , etc. También actividades de gestión y auxiliares : pasar apuntes , gestiones de biblioteca , realización de fotocopias , etc.

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

CLASE TEÓRICA: exposición de contenidos mediante presentación o explicación por parte del profesor.

SEMINARIO: Técnica de trabajo consistente en crear un espacio para la reflexión y/o profundización de los contenidos ya trabajados por el alumno con anterioridad (teóricos y/o prácticos).

TRABAJO EN GRUPO: Sesión supervisada donde los estudiantes trabajan en grupo y reciben asistencia y guía cuando es necesaria.

APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS: Implica que los alumnos, partiendo de problemas reales, aprendan a buscar información necesaria para comprender dichos problemas y obtengan soluciones.

ESTUDIO DE CASOS: Técnica en la que los alumnos analizan situaciones profesionales presentadas por el profesor, con el fin de realizar una conceptualización de las experiencias y buscar soluciones eficaces.

APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS: Situaciones en las que el alumno debe explorar y trabajar un problema práctico aplicando conocimientos interdisciplinares.

PRESENTACIÓN DE TRABAJOS DE GRUPO: Exposición de ejercicios asignados a un grupo de estudiantes que necesita trabajo cooperativo para su conclusión.

CLASES PRÁCTICAS: Cualquier tipo de prácticas de aula. En ellas se relaciona la teoría y la práctica y se adquieren determinadas destrezas, entre las que puede estar la manipulación de determinado instrumental o el manejo de software específico.

TUTORÍA: Periodo de instrucción realizado por un tutor con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases.

ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN: Conjunto de pruebas escritas, orales, prácticas, proyectos, trabajos, etc. utilizados en la evaluación del progreso del estudiante. Los exámenes tendrán una duración de 2 horas.

TRABAJOS TEÓRICOS: Preparación de seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, etc. Para exponer o entregar en las clases teóricas. No computa el tiempo de exposición o debate en clase, sino solo el tiempo total de preparación de trabajos (y también de ensayos, resúmenes de lecturas, seminarios, conferencias, análisis, etc.).

PRESENTACIÓN DE TRABAJOS: exposición de informes y trabajos asignados con carácter individual o en grupo. Puede incluir la defensa pública de los mismos.

TRABAJOS PRÁCTICOS: Preparación de actividades para exponer o entregar en las clases prácticas.

ESTUDIO TEÓRICO: Estudio de contenidos relacionados con las "clases teóricas". Incluye cualquier actividad de estudio que no se haya computado en el apartado anterior (estudiar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, hacer problemas y ejercicios, etc.).

RESOLUCIÓN DE EJERCICIOS: Propuestos por el profesor; se entregan en clase .

ESTUDIO PRÁCTICO: Relacionado con las clases prácticas.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS: Son tutorías no académicas y actividades formativas voluntarias relacionadas con la asignatura, pero no con la preparación de exámenes o con la calificación: lecturas, seminarios, asistencia a congresos, conferencias, jornadas, taller/workshop, congreso, invitados expertos, ciclos de

conferencias, etc., también actividades de gestión y auxiliares: pasar apuntes, gestiones de biblioteca, realización de fotocopias, etc.

PRÁCTICAS DE CAMPO: prácticas no sistemáticas que suelen requerir un desplazamiento fuera de la Escuela.

PARTICIPACIÓN EN VISITAS TÉCNICAS: consisten en visitas a instalaciones, empresas, etc. cuya actividad está relacionada con los contenidos de la asignatura. Normalmente se completan con una actividad no presencial consistente en la elaboración de un informe.

OTROS...

11. Evaluación y calificación

11.1. Instrumentos de evaluación asociados a las metodologías docentes aplicadas

El sistema de evaluación de las titulaciones en el marco del espacio europeo de educación superior es la evaluación continua. En el sistema de evaluación continua la asistencia a clase es obligatoria y su valoración en el proceso de evaluación continua de la asignatura la establecerán los profesores en cada asignatura, dándose como orientativo el porcentaje de asistencia del 80 %. Pero, además, la participación activa en las clases presenciales, a través de las intervenciones orales, puede ser valorada y tener valor relativo en la calificación final. En este sentido se ha de tener en cuenta la calidad de las intervenciones: no basta con intervenir, es preciso hacerlo con criterio, tanto en la formulación de preguntas dirigidas al profesor, como en las respuestas a preguntas formuladas por el profesor y en los comentarios personales a intervenciones de

otros alumnos, que serán reclamados por el profesor para favorecer el compromiso (individual y del grupo) en el desarrollo de los contenidos.

Los instrumentos y técnicas utilizados deben ser los adecuados para evaluar el desarrollo de competencias, tanto específicas como genéricas. Pueden presentar una tipología diferenciada que podrían resumirse en los siguientes (Zabala, 2000):

ENCUESTAS

Cuestionarios

Inventarios

Técnicas sociométricas

TÉCNICAS DE INTERCAMBIO ORAL

Entrevista: Estructurada, semiestructurada, no estructurada

Debate, asamblea y puesta en común

TÉCNICAS CONVENCIONALES

Examen oral. Método imprescindible para medir los objetivos educacionales que tienen que ver con la expresión oral. Para comprobar la profundidad en la comprensión, la capacidad de relacionar diversas materias y el conocimiento de problemas actuales, temas conflictivos, etc. Definir con claridad el objetivo del examen y lo que se va a tener en cuenta, así como estructurar algún procedimiento: escalas, guías de observación... Se puede instrumentar de forma variada: defensa de un proyecto de trabajo personal, entrevista profesor-alumno, presentaciones grupales, debate entre alumnos, ponencias...

Prueba escrita de respuesta. Prueba cronometrada efectuada bajo control, en la que el alumno construye su respuesta. Se le puede conceder, o no, el derecho a consultar material de apoyo. Para comprobar la capacidad de expresión, la organización de ideas, la capacidad de aplicación, el análisis, la creatividad, etc. Tras redactar las preguntas y dada la difícil objetividad llegado el momento de la corrección, es importante tener claro los criterios y los diferentes niveles de realización. Admiten varias modalidades: una pregunta de respuesta amplia, varias preguntas de respuesta breve en torno a un mismo tema, exámenes de libro abierto...

TÉCNICAS ALTERNATIVAS

Pruebas objetivas (tipo test). Examen escrito estructurado con diversas preguntas o ítems en los que el alumno no elabora la respuesta; sólo ha de señalarla o completarla con elementos muy precisos. Permiten evaluar sobre una base amplia de conocimientos y diferenciar bien el nivel de adquisición de conocimientos de los alumnos. Lo primero es determinar qué se debe preguntar y cómo hacerlo, para luego seleccionar preguntas sobre algo que merezca la pena saber. El conjunto debe resultar equilibrado. Las opciones de respuesta deben tener una longitud similar y una conexión con la pregunta. Además, deben ser del mismo ámbito y no ser sinónimas ni ridículas y debe haber una claramente correcta.

Mapa conceptual. Muestra la forma de relacionar los conceptos clave de un área temática. Favorece la construcción del conocimiento por parte del estudiante. Además, resulta útil cuando hay una fuerte carga conceptual en el aprendizaje y también de cara a la detección pormenorizada de errores. Valorando los conceptos y los niveles, conectores, relaciones laterales... Presentando variaciones de la aplicación se puede enriquecer el potencial formativo: revisión por pares, elaboración grupal...

Trabajo académico. Desarrollo de un proyecto que puede ir desde trabajos breves y sencillos hasta trabajos amplios y complejos propios de últimos cursos y en su momento del postgrado. Fomentan el desarrollo de diversas capacidades: búsqueda y selección de información, lectura inteligente, organización, pensamiento crítico... Evaluando todos los objetivos que se pretenden con el trabajo, estableciendo criterios de valoración y niveles. Y dando pesos diferentes a cada uno de los aspectos evaluados, asegurándose de que se recoge información de cada uno de los objetivos del trabajo y evaluando también durante el proceso. Se debe proporcionar una orientación detallada y clara y centrar el trabajo en problemas y cuestiones de todo tipo. Si el trabajo es corto ofrece ventajas de cara a una corrección y comentarios más viables.

One minut paper. Son preguntas abiertas que se realizan al finalizar una clase (dos o tres). Resultan útiles para evaluar el desarrollo de ciertas habilidades: síntesis, estrategias atencionales, integrar información, sintetizar, aprender a escuchar y aprender en la misma clase... Muchas preguntas no requieren corrección propiamente dicha, pero sí debemos anotar quiénes han respondido y clasificar "de un golpe de vista", tabular respuestas... Con frecuencia, el interés de las preguntas está en el comentario posterior previsto por el profesor.

Diario. Informe personal e informal en el que se pueden encontrar preocupaciones, sentimientos, observaciones, interpretaciones, hipótesis, explicaciones... Para que el alumno pueda evaluar su propio proceso de aprendizaje, para desarrollar la capacidad reflexiva y para facilitar el diálogo profesor-alumno. A partir de un formato acordado, se debe establecer una organización que sirva de apoyo, reservando momentos en el proceso para su elaboración y para el diálogo. Esta estrategia resulta muy útil de cara a analizar las fortalezas y debilidades en el proceso de aprendizaje, siendo posible proporcionar realimentación en el momento oportuno.

Portafolio. Conjunto documental elaborado por un estudiante que muestra la tarea realizada durante el curso en una materia determinada. Para evaluar aprendizajes complejos y competencias genéricas, difícilmente evaluables con otro tipo de técnicas. En función del objetivo y de la asignatura, debemos establecer una estructura y las evidencias que muestren la evolución del aprendizaje y sus resultados. Esta herramienta mejora si se establecen entregas y criterios claros de evaluación, que sirven de diálogo entre profesor y alumno.

Proyecto. Es una estrategia didáctica en la que los estudiantes desarrollan un producto nuevo y único mediante la

realización de una serie de tareas de investigación y de uso efectivo de recursos. Es muy útil para aprender haciendo, para evaluar la responsabilidad y la creatividad y para afrontar problemas que puedan surgir en su vida profesional. Hay que tener en cuenta todos los objetivos de aprendizaje del proyecto, formulados de forma operativa, y acordar con el alumnado los criterios de valoración del proyecto y los productos parciales para la evaluación del proceso. Se puede organizar una carpeta con los documentos generados en la elaboración del proyecto. Puede incorporar actividades y evidencias de autoevaluación del alumno y compañeros sobre su propio trabajo y del proceso de grupo con propuestas de mejora.

Caso. Supone el análisis y la resolución de una situación planteada que presenta problemas de solución múltiple, a través de la reflexión y el diálogo para un aprendizaje grupal, integrado y significativo. Es interesante para tomar decisiones, resolver problemas, trabajar de manera colaborativa y de cara al desarrollo de capacidades de análisis y de pensamiento crítico. Hay que establecer claramente los objetivos de aprendizaje del caso y teniéndolos en cuenta para la evaluación. Además, se deben determinar las evidencias. La evaluación del caso mejora si valoramos las preguntas con las aportaciones de los alumnos y sus informes escritos.

En relación a estas competencias podríamos establecer diferentes niveles (bajo, medio, alto, muy alto) y así calcular los logros obtenidos por un estudiante en estas competencias o habilidades tan demandadas actualmente en el mercado.

11.2. Criterios de evaluación

- Método de lección magistral: las estrategias evaluativas idóneas serían las pruebas objetivas, las pruebas objetivas de respuesta corta y las pruebas de desarrollo.
- Método de estudio de casos: como estrategias evaluativas indicadas estarían la elaboración de trabajos y proyectos, informes y a memorias de prácticas, las pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas, y las técnicas de observación.
- En la metodología de aprendizaje basado en problemas: elaboración de trabajos y proyectos y pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas.
- En la metodología de resolución de problemas: las pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas.
- En el aprendizaje cooperativo: los trabajos y proyectos.
- Aprendizaje orientado a proyectos: pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas y elaboración de trabajos y proyectos.
- Contrato de aprendizaje: sistemas de autoevaluación y portafolio.

Evaluación de las competencias transversales

Por otra parte, si queremos incrementar la adquisición de competencias genéricas o transversales por nuestros estudiantes tendremos que incorporar instrumentos de evaluación de las mismas en las actividades de aprendizaje que pongamos en práctica.

En la evaluación de las competencias genéricas o transversales en la universidades españolas ha aparecido un instrumento de gran utilidad que ha sido promovido por Universia llamado Evaluación Certicap. Un buen número de universidades españolas han firmado convenios para llevar a cabo esta evaluación. Certicap es una acreditación en competencias, ofimática, idiomas y competencias personales y participativas. Dentro de este último tipo de competencias son evaluadas las competencias referidas en la siguiente tabla:

- | |
|-------------------------|
| • Resistencia al estrés |
|-------------------------|

- Ajuste emocional
 - Extraversión
 - Cordialidad
 - Responsabilidad ante éxitos
 - Responsabilidad ante errores y fracasos
 - Responsabilidad
 - Capacidad de reacción
 - Proactividad
 - Objetivos retadores
 - Solución de problemas al cliente
 - Capacidad de adaptación
 - Participación activa en el equipo
 - Compromiso con el equipo
 - Resolución de conflictos en el equipo
 - Compartir información con el equipo
 - Asunción rol de líder
 - Dirección de personas
 - Transmisión de Información a colaboradores
-
- Desarrollo de personas
 - Capacidad de análisis
 - Capacidad de síntesis
 - Apertura a la experiencia
 - Razonamiento general
 - Razonamiento verbal
 - Razonamiento numérico

En relación a estas competencias podríamos establecer diferentes niveles (bajo, medio, alto, muy alto) y así calcular los logros obtenidos por un estudiante en estas competencias o habilidades tan demandadas actualmente en el mercado.

Los exámenes tendrán una duración de 2 horas

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.

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 %
Pruebas Escritas	10%
Prácticas	70%
Asistencia a clase	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. La prueba tendrá una duración de dos horas

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Pruebas Escritas	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 de dos horas

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Pruebas Escritas	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</p> <p>Bibliografía complementaria</p> <p>Recursos en red y otros recursos</p> <p>Página web de la asignatura, área de conocimiento o departamento. 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.</p>

Bases de datos accesibles sólo desde el departamento.
 Software disponible.
 Recursos didácticos opcionales para ampliar conocimientos en la materia (videos, demos, programas educativos, etc.).
 Recursos sólo disponibles mediante petición y con control del profesorado.
 Revistas relacionadas con las materias sólo disponibles en la biblioteca del departamento.
 Diccionarios, glosarios técnicos.
 Películas y Documentales

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>Marketing de la Moda</i>
Autor	Del Olmo Arriaga , José Luis
Editorial	Editorial Ediciones Internacionales Universitarias , S.A. 2010

12.2. Bibliografía complementaria

Título	<i>Cómo gestionar Marcas de Moda. El Valor de la Comunicación.</i>
Autor	Díaz Soloaga , Paloma
Editorial	Editorial Interbrand 2012
Título	<i>La Imagen de Marca. Un fenómeno Social</i>
Autor	Costa , Joan.
Editorial	Editorial Paidós Diseño 02 Barcelona
Título	<i>Promoción de Moda</i>
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	aplatard@telefonica.net
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

Profesora del Master en Enseñanzas Artísticas en Diseño de Espacios Comerciales/ MA in Retail Design e/s/d :
Diseño Estratégico y Modelos de Negocio

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:

- 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 Nacional, entre otros el Homenaje despedida de Jesús López Cobos ...
- 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.

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 la pasarela PDF : Matadero 2015.
Organizadora del Concept Fashion Show: Escuela Superior de Diseño 2016/ Escuela Superior de Diseño 2017.

Nombre y apellidos	MARÍA DE LOS ANGELES NAVAZO RUIZ
Horario de atención a alumnos	Se acordará previamente con el alumno
Correo electrónico	esdmarian@gmail.com
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		TEMAS3		TEMAS 4	TEMA5	
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 4CT 6CT 7CT 8CT 9CT 10CT 11CT 12CT 13CT 14CT -15CT 16CT 17CT 1CG 2CG 3CG 5CG 6CG 9CG 10CG 11CG 12CG 13CG 14CG4CEM 5CEM 6CEM 8CEM 9CEM V 12CEM 13CEM 14CEM				2CT 2CT 3CT 4CT 6CT 7CT 8CT 9CT 10CT 11CT 12CT 13CT 14CT -1CT 16CT 17CT 1CG 2CG 3CG 5CG 6CG 9CG 10CG 11CG 12CG 13CG 14CG CEM 4CEM 5CEM 6CEM 8CEM 9CEM V 12CEM 13CEM 14CEM				

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 EXÁMEN
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 4CT 6CT 7CT 8CT 9CT 10CT 11CT 12CT 13CT 14CT - 15CT 16CT 17CT 1CG 2CG 3CG 5CG 6CG 9CG 10CG 11CG 12CG 13CG 14CG 4CEM 5CEM 6CEM 8CEM 9CEM V 12CEM 13CEM 14CEM				2CT 2CT 3CT 4CT 6CT 7CT 8CT 9CT 10CT 11CT 12CT 13CT 14CT - 1CT 16CT 17CT 1CG 2CG 3CG 5CG 6CG 9CG 10CG 11CG 12CG 13CG 14CG CEM 4CEM 5CEM 6CEM 8CEM 9CEM V 12CEM 13CEM 14CEM				

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.