

Curso 2024-25



Istituto Europeo di Design
Centro privado autorizado

GUÍA DOCENTE DE
**Diseño de Estilismo.
Desarrollo**

Título de Grado en
Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño

Especialidad de Diseño de Moda

Fecha de actualización: 1 de septiembre de 2024

Título de Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño

Asignatura: Diseño de Estilismo. Desarrollo

1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

Tipo	Obligatoria de especialidad.
Carácter	Teórico-práctica
Especialidad/itinerario/estilo/instrumento	Diseño de Moda
Materia	Proyectos de diseño de moda e indumentaria.
Periodo de impartición	6º Semestre
Número de créditos	6 ECTS
Departamento	Departamento didáctico, especialidad moda
Prelación/ requisitos previos	Sin prelación
Idioma/s en los que se imparte	Español

2. PROFESOR RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

Apellidos y nombre	Correo electrónico
xxxxxx	

3. RELACIÓN DE PROFESORES Y GRUPOS A LOS QUE IMPARTEN DOCENCIA

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
xxxxxx		Todos

4. COMPETENCIAS

Competencias transversales
CT1 Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
CT4 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
CT8 Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
CT11 Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética..

CT14 Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.

CT15 Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional

Competencias generales

CG2 Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.

CG3 Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica

CG9 Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.

CG13 Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.

CG20 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.

Competencias específicas

CEM6 Fundamentar el proceso creativo en estrategias de investigación, metodológicas y estéticas.

CEM7 Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica

CEM8 Resolver los problemas estéticos, funcionales, técnicos y de realización que se planteen durante el desarrollo y ejecución del proyecto.

CEM13 Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño de moda e indumentaria.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Ser capaz de realizar una estrategia de branding a través de los procesos de estilismo.
- Aplicar técnicas de estilismo a la creación de imágenes para una marca de moda.
- Identificar los elementos visuales que forman la imagen de una marca y aplicarlos en los procesos de estilismo.
- Aplicar el análisis semiótico en el estilismo.
- Realizar un proyecto de dirección creativa según briefing específico en un contexto de marca de moda.

6. CONTENIDOS

Bloque temático (en su caso)	Tema/repertorio
I. Fundamentos	Tema 1. La dirección creativa aplicada
	Tema 2. La dirección arte aplicada
	Tema 3. Universo visual de marca
Bloque II. Desarrollo	Tema 4. Análisis y línea de producto
	Tema 6. Press kit
Bloque III: Proyecto	Tema 7: Campaña
	Tema 8: Lookbook
	Tema 9: Redes sociales
	Tema 10: Material audiovisual: video teasers y fashion film

7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Tipo de actividad	Total horas
Actividades teóricas	8,5 horas
Actividades prácticas	46,5 horas
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	48 horas
Realización de pruebas	5 horas
Horas de trabajo del estudiante	22 horas
Preparación prácticas	50 horas
Total de horas de trabajo del estudiante	180 horas

8. METODOLOGÍA

Actividades teóricas	<p>La primera sesión consistirá en un análisis de la influencia del contenido de las asignaturas de estilismo de primer semestre que servirá como enlace a la asignatura en curso.</p> <p>Las sesiones restantes comenzarán con una breve explicación teórica en formato de clase magistral, en las que con apoyo de material audiovisual, se analizarán casos reales en torno al contenido de cada tema.</p>
Actividades prácticas	<p>La asignatura se articula esencialmente en actividades prácticas de aplicación de lo estudiado en el análisis de casos y visualización de contenidos obligatorios. Se realizarán ejercicios en clase con una tutorización constante del docente, así como dos proyectos en los que a partir de un briefing los alumnos desarrollarán las habilidades adquiridas.</p>
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	<p>Visita a showroom.</p> <p>Seminarios de imagen asociado a evento moda.</p> <p>Tutorización en talleres.</p>

9. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Se evaluará:

- Ser capaz de realizar una estrategia de branding a través de los procesos de estilismo.
- Aplicar técnicas de estilismo a la creación de imágenes para una marca de moda.
- Identificar los elementos visuales que forman la imagen de una marca y aplicarlos en los procesos de estilismo.
- Aplicar el análisis semiótico en el estilismo.
- Realizar un proyecto de dirección creativo según briefing específico en un contexto de marca de moda.

La evaluación debe diseñarse y planificarse de manera que quede integrada dentro de las actividades formativas de enseñanza/aprendizaje.

Se propone que la evaluación del aprendizaje de los alumnos sea continua, personalizada e integradora:

- Continua en cuanto que está inmersa en el proceso de enseñanza-aprendizaje y consecuentemente no limitada por fechas o situaciones concretas.
- Personalizada, ya que ha de tener en cuenta las capacidades, destrezas y actitudes del alumno. Se prestará especial atención en cuanto a la participación del alumno en los grupos de trabajo.
- Integradora en cuanto exige tener en cuenta las capacidades generales establecidas para la etapa, a través de los objetivos de las distintas unidades temáticas y áreas.

Se evaluarán los aprendizajes de los alumnos en relación con el logro de los objetivos educativos determinados en el currículo y asociados a los objetivos generales y específicos, tomando como referencia inmediata los criterios de evaluación establecidos para el área.

Para evaluar el proceso de aprendizaje de los alumnos es necesario:

- Evaluar la competencia curricular de los mismos (capacidades y aptitudes).
- Evaluar los factores que dificultan o facilitan un buen aprendizaje.
- Propiciar la autoevaluación y coevaluación de los propios alumnos como fuente de análisis y crítica de resultados, con el fin de permitir modificaciones de actitudes para su perfeccionamiento.
- Valorar el contexto de aprendizaje en el que se desenvuelve el alumno.

9.1. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Actividades teóricas	Bitácora docente.
Actividades prácticas	Bitácora docente. Press kit. Campaña de video: teaser y fashion film.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	Asistencia y participación. Memoria de seminarios Inclusión de los conocimientos y destrezas adquiridas en la participación teórica y los ejercicios prácticos.

9.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Actividades teóricas	Coherencia del contenido. Expresión oral. Interés y grado de implicación. Respeto del espacio lectivo.
Actividades prácticas	Coherencia del contenido. Expresión oral. Interés y grado de implicación. Respeto del espacio lectivo. Creatividad de las propuestas. Expresión oral en las presentaciones. Maquetación y limpieza del trabajo presentado. Grado de ajuste a briefing. Calidad del análisis. Conceptualización narrativa del estilismo.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	Grado de inclusión de los conocimientos y destrezas adquiridas en la participación teórica y los ejercicios prácticos Memoria seminarios: Coherencia del contenido. Expresión oral. Interés y grado de implicación. Respeto del espacio lectivo. Creatividad de las propuestas. Expresión oral en las presentaciones. Maquetación y limpieza del trabajo presentado. Grado de ajuste a briefing. Calidad del análisis. Conceptualización narrativa del estilismo.

9.3. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

1. El sistema de evaluación a emplear en la asignatura se adapta al modelo de la evaluación continua.
2. En el sistema de evaluación continua la asistencia a clase es obligatoria y el estudiante deberá cumplir con un porcentaje de actividad con presencia del profesor, cuya estimación será, en principio, del 80% (mínimo).
3. En aquellos casos en los que el estudiante no cumpla con los requisitos exigidos para la evaluación continua, se le evaluará en evaluación con pérdida de evaluación continua. Presentará el/los trabajo/s y realizará las pruebas indicadas específicamente para esta convocatoria, quedando reflejados sus correspondientes pesos relativos en el apartado 9.3.2 de esta guía.
4. En cualquier caso, el estudiante contará con una convocatoria extraordinaria cuya estructura, instrumento de evaluación y calificación quedan explicitados en esta guía en el apartado 9.3.3.
5. Para aprobar la asignatura por curso en evaluación continua, se debe obtener en todos y cada uno de los entregables propuestos una nota igual o superior a 5/10, y entregarlos en la fecha establecida. Por otro lado, se debe obtener una nota igual o superior a 5/10 en la realización, entrega y presentación del proyecto propuesto.

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

Instrumentos	Ponderación
Participación activa y de calidad en clase, tutorías y talleres	15%
Press kit	45%
Campaña de video	25%
Memoria seminarios	15%
Total	100%

9.3.2. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Press kit según briefing específico	55%
Campaña de video según briefing específico	30%
Memoria seminarios según briefing específico	15%
Total	100%

9.3.3. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Instrumentos	Ponderación
Press kit según briefing específico para prueba de evaluación extraordinaria	55%
Campaña de video según briefing específico para prueba de evaluación extraordinaria	30%
Memoria seminarios según briefing específico para prueba de evaluación extraordinaria	15%
Total	100%

9.3.4. Ponderación para la evaluación de estudiantes con discapacidad

Las adaptaciones de los instrumentos de evaluación deberán tener en cuenta los diferentes tipos de discapacidad

Instrumentos	Ponderación
Se determinarán en función de la discapacidad	
Total	100%

10. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE Y EVALUACIONES

Semana	CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE ASOCIADA E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	Total horas presenciales	Total horas no presenciales	
Semana 1-6	Bloque I. Imagen de marca			
	Actividades teóricas	Clase magistral con apoyo audiovisual sobre el contenido teórico de la sesión. Debate sobre el tema tratado	4,5 horas	12 horas
	Actividades prácticas	Desarrollo práctico de la fase del proyecto moda planteado en la asignatura correspondientes al tema.	18 horas	20 horas
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres. Visita a showroom. Seminario de imagen.	18 horas	
	Evaluación	Actitud proactiva en el aula y compromiso con la asignatura y el propio proceso de aprendizaje		

Semana 7-9	Bloque II. Desarrollo			
	Actividades teóricas	Clase magistral con apoyo audiovisual sobre el contenido teórico de la sesión. Debate sobre el tema tratado	4 horas	5 horas
	Actividades prácticas	Desarrollo práctico de la fase del proyecto moda planteado en la asignatura correspondientes al tema.	8,5 horas	10 horas
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres. Sesiones de plató Seminario de imagen.	15 horas	
	Evaluación	Actitud proactiva en el aula y compromiso con la asignatura y el propio proceso de aprendizaje		

Semana 10-14	Bloque III: Proyecto			
	Actividades prácticas	Desarrollo práctico tutorizado del Bloque III: Proyecto. Se trabajará en el Press kit y campaña de video para la consecución de ambos instrumentos en fecha debida de entrega.	20 horas	25 horas
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres. Seminario de imagen.	15 horas	
	Evaluación	Actitud proactiva en el aula y compromiso con la asignatura y el propio proceso de aprendizaje		

Semana 15	ENTREGA			
	Evaluación	Actitud proactiva en el aula y compromiso con la asignatura y el propio proceso de aprendizaje	2,5 horas	

Semana 16	FEEDBACK RESULTADOS FINALES			
	Evaluación	Entrega de notas, feedback de la asignatura y explicación del briefing de evaluación extraordinaria si procede.	2,5 horas	

11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

Plató fotográfico
Cámaras fotográficas

11.1. Bibliografía general

Título	Fashion branding unraveled
Autor	Kaled Hameide
Editorial	Fairchild books

Título	Marketing fashion
Autor	Harriet Posner
Editorial	Laurence King Publishing

11.2. Direcciones web de interés

www.vogue.com
www.style.com
www.bussinesoffashion.com