

GUÍA DOCENTE ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES DE DISEÑO DE MODA			ASIGNATURA		
			Marketing de la Moda		
DEPARTAMENTO			ESPECIALIDAD		
Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño			Diseño de Moda		
CURSO			4 ^o		
REQUISITOS PREVIOS PARA CURSAR LA ASIGNATURA			SIN REQUISITOS PREVIOS		
TIPO	Asignatura teórico- práctica		CARÁCTER	Obligatoria Especialidad	
DURACIÓN	Semestral	HORAS SEMANALES	2 horas	CRÉDITOS ECTS	3 ETCS
HORAS TOTALES	75 horas	HORAS PRESENCIALES	34 horas	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	41 horas

[Un crédito ECTS equivale a 25 horas de trabajo del estudiante (Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre)]

1. INTRODUCCIÓN

La presente guía docente se sujeta a la siguiente normativa:

- [Decreto 54/2022, de 12 de abril](#), por el que se establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores, enseñanzas artísticas de máster y estudios de doctorado propios de las enseñanzas artísticas en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- [Decreto 111/2014, de 8 de julio](#) por el que se establecen las enseñanzas artísticas superiores de diseño en Andalucía.
- [Orden de 19 de octubre de 2020](#), por la que se establece la ordenación de la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado de las enseñanzas artísticas superiores y se regula el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos de estas enseñanzas

- [Decreto 91/2023, de 18 de abril](#), por el que se crean las Escuelas de Arte y Superiores de Diseño dependientes de la Consejería competente en materia de educación en la Comunidad Autónoma de Andalucía y se aprueba el Reglamento Orgánico de las mismas.
- [Ley 1/2024, de 7 de junio](#), por la que se regulan las enseñanzas artísticas superiores y se establece la organización y equivalencias de las enseñanzas artísticas profesionales.

El horario de impartición de la asignatura correspondiente al curso actual podrá consultarse en la web del centro.

1.2. Descripción y contextualización de la asignatura en el marco de la titulación

La asignatura de Marketing de la Moda es una asignatura semestral (1er semestre) del 4º curso de las EASD de Moda, que computa 3 créditos ECTS (European Credit Transfer System/Sistema Europeo de Transferencia de Créditos) y tiene una carga horaria total de 75 horas, desarrolladas en un horario semanal de 2 horas lectivas.

Incluida dentro de la materia de Gestión del Diseño de Moda, la asignatura aporta al alumno los conocimientos sobre marketing necesarios para tomar decisiones estratégicas de modo que sus productos o diseños de moda se diferencien y posicionen de forma adecuada en el mercado actual en un entorno tan competitivo como es el de este sector.

A través de ella, el alumnado profundizará en el conocimiento del cliente, teniendo en cuenta factores externos e internos del entorno y cómo éste afecta a una marca de moda. Estudiará el estado del mercado y la segmentación del mismo, además de conocer a su competencia y saber adaptarse al comportamiento del consumidor y su influencia en el proceso de decisión de compra. Conocerá los medios de comunicación a los cuáles recurrir para saber dirigirse a su consumidor/cliente objetivo (target) y utilizará los soportes necesarios para una promoción clara y efectiva de sus productos: la publicidad, las redes sociales, el sitio web de moda, Internet y los nuevos canales de venta, además de la puesta en valor del merchandising.

1.3. Contenidos generales de la asignatura

Estudio de mercado. Producción, publicidad y consumo. Mercado y Target. Selección de colaboradores, estudio de costes. Gestión de calendarios de entregas, pagos y cobros. Distribución: canales, puntos de venta propios y promoción. Difusión del producto moda: ferias especializadas, marketing y comunicación. Textil, moda y complementos. Pasarelas nacionales e internacionales. Métodos organizativos y de producción del estilismo: El showroom. Control de satisfacción del cliente, atención y servicio. Conceptboard. Brief. Imagen corporativa y merchandising. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

2. COMPETENCIAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

COMPETENCIAS TRANSVERSALES DEL TÍTULO SUPERIOR DE DISEÑO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN TRANSVERSALES
CT1 Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.	CET1 Demostrar capacidad para organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
CT2 Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.	CET2 Demostrar capacidad para recoger, analizar y sintetizar información significativa y gestionarla adecuadamente.
CT3 Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.	CET3 Demostrar capacidad para solucionando problemas y tomando decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
CT4 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.	CET4 Demostrar el uso eficiente de las tecnologías de la información y la comunicación.
CT6 Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.	CET6 Demostrar capacidad para la autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.
CT10 Liderar y gestionar grupos de trabajo.	CET10 Demostrar capacidad para liderar y gestionar grupos de trabajo.

COMPETENCIAS GENERALES DEL TÍTULO SUPERIOR DE DISEÑO	CRITERIOS DE EVALUACIÓN GENERALES
CG2 Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.	CEG2 Demostrar dominio de los lenguajes y recursos expresivos de la representación y la comunicación.
CG5 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.	CEG5 Demostrar capacidad para actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.
CG6 Promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño.	CEG6 Demostrar capacidad para promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño.
CG7 Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.	CEG7 Demostrar capacidad para organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.
CG11 Comunicar ideas y proyectos a la clientela, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.	CEG11 Demostrar capacidad de comunicar ideas y proyectos a la clientela, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
CG13 Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.	CEG13 Demostrar capacidad para conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
CG14 Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales.	CEG14 Demostrar capacidad para valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales.
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.	CEG20 Demostrar capacidad para comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, para dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y para valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.
CG22 Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.	CEG22 Demostrar capacidad para analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL TÍTULO SUPERIOR DE DISEÑO EN LA ESPECIALIDAD DE DISEÑO DE MODA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN ESPECÍFICOS DE LA ESPECIALIDAD DE DISEÑO DE MODA
CE9 Analizar los estudios de mercado y su incidencia en el desarrollo de nuevos productos y colecciones.	CEE9 Demostrar capacidad para analizar los estudios de mercado y su incidencia en el desarrollo de nuevos productos y colecciones.

CE10 Conocer los recursos tecnológicos de la comunicación y sus aplicaciones al diseño de moda e indumentaria.	CEE10 Demostrar conocimiento de los recursos tecnológicos de la comunicación y sus aplicaciones al diseño de moda e indumentaria.
CE12 Conocer el marco económico y organizativo en el que se desarrolla la actividad empresarial.	CEE12 Demostrar conocimiento del marco económico y organizativo en el que se desarrolla la actividad empresarial
CE14 Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial.	CEE14 comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial.

3. ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS Y ACTIVIDADES

BLOQUE TEMÁTICO	UNIDAD	CONTENIDOS	NÚMERO DE SESIONES/ HORAS								
Fundamentos del Marketing	U1_ Elementos Fundamentales del marketing.	-Elementos fundamentales del marketing. -Las variables del marketing -Tendencias del marketing.	8/16h								
	U2_Marketing de moda.	-El marketing de moda. Definición y alcance. -El marketing de moda y el consumidor. -Funciones del marketing de moda. -Estructura del mercado de la moda.									
	U3_Organización y relación del entorno de la empresa de moda.	-Participantes en el mercado de la moda -El Diseño y los Diseñadores de Moda -El entorno del marketing de moda. Macro y microeconómico.									
	U4_Entorno del consumidor	-El consumidor y su comportamiento. -Tendencias de consumo.									
Marketing estratégico y operativo.	U5_Identificación y marca corporativa	-Proceso comercial -Marca corporativa e imagen de marca	4/ 8h								
	U6_Marketing Estratégico y operativo	-Análisis del mercado: DAFO, misión, visión y valores. -Objetivos del marketing -Estrategias de marketing									
Marketing promocional, comunicación y publicidad.	U7_Marketing-mix: promoción.	-Tipos de promoción y publicidad. -Soportes y medios publicitarios. -Venta, ShowRooms, ferias y escaparates de la moda. -Gestión de calendarios.	5/ 10h								
Metodología para la adquisición de competencias		COMPE- TENCIAS	Instrumentos de evaluación (marcar X)								
Estrategias metodológicas	Horas dedicadas por el alumno			Pruebas parciales	Pruebas finales	Trabajos	Actividades de aula	Participación e implicación	Otras	Total	
	Trabajo presencial		Trabajo autónomo								Total

Clases teóricas	20			CG;13,14 CT; 2 CE; 9,10,12, 14	x		x	x		x
Clases prácticas	14			CG;2,7,22 CT; 1,10			x	x	x	x
Estudio y lecturas		10		CG;20		x				x
Trabajos		29		CG;5,6,11 CT; 3,4,6			x			x
Trabajo en grupo										
Actividades complementarias		2		CE;12					x	x
Actividades extraescolares					Las actividades extraescolares no son evaluables					
TOTAL HORAS	34	41	75							

4. PRINCIPIOS METODOLÓGICOS

El carácter teórico-práctico de la asignatura hace necesario el uso de una metodología participativa, donde el alumno forma parte activa de su proceso de aprendizaje mediante su interacción con el profesor y sus compañeros; así como con el trabajo personal realizado en el aula y fuera de ella.

La forma de impartir las clases estará basada en la exposición por parte del/la profesor/a de los contenidos teóricos, de manera participativa e interactiva con el alumnado, que combinará explicaciones conceptuales basadas en la guía docente de la asignatura con la realización de ejercicios prácticos. Se basará, pues, en una participación activa y necesaria de los estudiantes en las clases impartidas por el/la profesor/a, buscando un aprendizaje auto-regulado por el propio alumnado, para potenciar su compromiso personal con el estudio a lo largo del curso, realizando conjuntamente continuos repasos/resumen de los contenidos vistos con anterioridad, planificando estos contenidos según su grado de utilidad, interés y dificultad.

El aprendizaje basado en proyectos, invitando al alumnado a aprender un trabajo profesional con la puesta en práctica del mismo, ayudará a comprender mejor la dinámica y fases de éste con la realización de un supuesto proyecto profesional real mediante la elaboración de un plan de marketing para una empresa de moda.

Es una metodología activa que parte del nivel de desarrollo del alumnado asegurando la construcción de aprendizajes significativos.

5. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

Desde esta asignatura se pretende participar en el Programa Emprendimiento educativo con el que se estimula en el alumnado la adquisición y desarrollo de competencias emprendedoras desde todas las dimensiones y áreas pedagógicas. En concreto, este programa contempla los siguientes objetivos:

- Desarrollar en el alumnado una actitud proactiva, creativa e innovadora ante los retos del entorno.
- Fomentar la autonomía, la toma de decisiones y la capacidad de asumir responsabilidades en proyectos colectivos.
- Impulsar la cultura emprendedora vinculada a la sostenibilidad, la cooperación y la transformación social.
- Potenciar competencias profesionales como la iniciativa, el trabajo en equipo, la comunicación y la resolución de problemas.
- Promover la creación de proyectos educativos que fortalezcan el vínculo entre escuela, comunidad y entorno productivo.

Como actividad complementaria se trabajará en el **Kit de emprendimiento** (talleres o charlas a impartir en las aulas por parte del personal técnico).

Además, se fomentará la;

- . Asistencia y participación en los actos culturales programados por el centro.
- . Asistencia y participación en seminarios.
- . Participación en proyectos interdisciplinares.

6. EVALUACIÓN

6.1. Proceso de evaluación

a. Descripción general del proceso de evaluación.

Asignatura de primer semestre

Se realizarán:

- **Dos convocatorias ordinarias de pruebas de evaluación en los meses de enero y septiembre.**
- **Primera convocatoria extraordinaria durante el mes de noviembre. (el alumnado lo tiene que solicitar cuando se matricule en septiembre)**
- **Segunda convocatoria extraordinaria en caso de no aprobar la primera convocatoria. (Solicitar hasta Diciembre)**

El centro hará públicas las fechas de realización de la convocatoria extraordinaria, que deberá ser expresamente solicitada por el alumnado en la Secretaría del centro y aprobada mediante resolución de la Dirección. Únicamente podrán participar en la convocatoria extraordinaria del alumnado que, estando matriculado en la asignatura durante el curso actual, también lo hubiera estado anteriormente.

Será responsabilidad del alumno/a ponerse en contacto con el/la profesor/a para cerciorarse y asesorarse sobre el contenido de los ejercicios prácticos, actividades y proyectos de investigación que deberá entregar en dichas convocatorias.

Para las sucesivas convocatorias de recuperación de la asignatura (septiembre y convocatoria extraordinaria) se pondrá a disposición del alumnado un **plan de recuperación**, en el que constarán las actividades para consolidar las competencias que debe adquirir para superar la asignatura en la convocatoria correspondiente, así como los instrumentos y criterios de evaluación y calificación.

Los resultados obtenidos por el alumnado se calificarán en función de la escala numérica de «0» a «10», con expresión de un decimal. Las calificaciones inferiores a «5,0» tendrán la consideración de calificación negativa, lo cual implicará la no superación de la asignatura. Cuando el alumno o alumna no se presente a las pruebas finales estipuladas en cada convocatoria, se consignará la expresión «NP» (No Presentado), y la convocatoria no computará para el total de convocatorias utilizadas.

b. Evaluación inicial

Se realizará una evaluación inicial para determinar el nivel previo del alumnado

Objetivos. Es un proceso de conocimiento del alumnado para saber su situación de partida y valorar los conocimientos previos en relación con la asignatura.

Temporalización. Se realizará al comienzo del semestre y antes del inicio de los bloques temáticos establecidos.

Instrumentos. Realización de un cuestionario inicial

Adaptaciones. Para la consecución de las competencias, en función de los resultados de la evaluación inicial, la metodología aplicable puede sujetarse a adaptaciones.

C. Autoevaluación y procesos de participación del alumnado en la evaluación.

El alumnado participará en el proceso de evaluación a través de los siguientes instrumentos:

- . Cuestionario al finalizar la asignatura, sobre el cumplimiento de los objetivos propios y relacionados con el/la docente.
- . Puesta en común de necesidades, expectativas y desarrollo de la asignatura en el aula, a lo largo del semestre.

6.2. Instrumentos de evaluación

En la evaluación se incluyen las pruebas escritas, los trabajos prácticos y las exposiciones orales. Por tanto, los instrumentos de evaluación de la asignatura son:

1- Participación e implicación en las exposiciones de contenidos, debates, proyectos y actividades. Esta participación se entiende como:

- . Implicación relativa a las aportaciones personales, pero también en la escucha activa de las aportaciones de los/as compañeros/as.
 - . Aportación con puntualidad de los materiales solicitados para las actividades.
 - . Colaboración en el proceso de aprendizaje del grupo.
- a. Participación en los actos culturales y actividades del Centro relacionados con la asignatura.

2- Realización de proyectos y actividades:

- . Actividades realizadas dentro de la clase.
- . Actividades de trabajo autónomo.

3- Prueba escrita al final del semestre que versará sobre los contenidos del curso.

La presentación de las actividades se realizará siempre, además del formato establecido en la propuesta, a través de la plataforma Classroom, constituida como herramienta de comunicación.

Cada día de retraso en la presentación restará a la calificación numérica 0,5 puntos. Si han transcurrido más de 10 días, la calificación numérica máxima para la actividad será de 5 puntos.

Tanto para las pruebas teóricas como para la realización de los trabajos/ejercicios prácticos se observará y calificará la adecuada expresión gramatical, la apropiada redacción escrita y la observación de una correcta sintaxis y ortografía. Las faltas de ortografía y/o redacción supondrán una disminución en la calificación de la actividad de 0,05 puntos, hasta un máximo de 2 puntos.

Si el/la docente considera que con la realización de las actividades y proyectos las competencias han sido alcanzadas por el alumno/a, no se realizará la prueba escrita final. Es necesario para superar la asignatura entregar todas las actividades y obtener una calificación igual o superior a 5 en cada una de ellas, así como superar la prueba final en caso de ser convocado/a, con una calificación igual o superior a 5.

6.3. Criterios de Calificación

a. Evaluación del alumnado asistente.

Se considera necesaria una **asistencia a clase superior al 80% del horario lectivo** para el desarrollo de un proceso de evaluación continua y valoración de los resultados del aprendizaje en relación con el nivel de adquisición y consolidación de las competencias transversales, generales y específicas.

Para la superación de la asignatura el/la alumno/a deberá haber entregado y superado todos los ejercicios prácticos, actividades y proyectos, así como la prueba de evaluación final con una calificación igual o superior a 5.

Los criterios de calificación del alumnado asistente serán los siguientes:

CONVOCATORIA ORDINARIA PRIMERA		
Prueba de evaluación final <i>[si procede]</i>	Actividades y proyectos	Participación
30%	60%	10%

CONVOCATORIA ORDINARIA SEGUNDA		
Prueba de evaluación final <i>[si procede]</i>	Actividades y proyectos	Participación
30%	60%	10%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA		
Prueba de evaluación final <i>[si procede]</i>	Actividades y proyectos	Participación
30%	60%	10%

b. Evaluación del alumnado no asistente.

El alumnado que no cumple con la asistencia a clase superior al 80% del horario lectivo deberá, para superar la asignatura, haber entregado y superado todos los ejercicios prácticos, actividades y proyectos, así como la prueba final de evaluación con una calificación igual o superior a 5.

Los criterios de calificación del alumnado no asistente serán los siguientes:

CONVOCATORIA ORDINARIA PRIMERA		
Prueba de evaluación final	Actividades y proyectos	Participación

60%	30%	10%
-----	-----	-----

CONVOCATORIA ORDINARIA SEGUNDA		
Prueba de evaluación final	Actividades y proyectos	Participación
60%	30%	10%

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA		
Prueba de evaluación final	Actividades y proyectos	Participación
60%	30%	10%

7. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

7.1. Recursos de aula y materiales.

a. Recursos de aula.

Los recursos disponibles en el aula para la impartición de esta asignatura son:

- Ordenador de sobremesa con conexión a Internet y programas del paquete Office.
- Proyector.
- Pizarra.

b. Materiales.

Los materiales adicionales para el desarrollo en el aula de esta asignatura serán aportados por el/la profesor/a:

- Presentaciones
- Material gráfico
- Revistas especializadas.
- Portales/Blogs

7.2. Recursos necesarios para el alumnado

Por su parte, el alumnado deberá contar con:

- Un ordenador con conexión a internet.
- Programas de Paquete Office y Adobe.

7.3. Instrumentos de autoformación

En el aula virtual de la asignatura habilitado en Google Classroom, el alumnado encontrará todo el material relativo a la misma:

- Bibliografía y recursos.
- Propuesta y guiones de actividades
- Enlaces a sitios web.
- Material audiovisual.

8. ALUMNADO CON NECESIDADES EDUCATIVAS ESPECIALES

Las medidas para la atención a la diversidad en las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño, si bien no caben adaptaciones curriculares significativas, serán tomadas desde la flexibilidad de la programación de aula, y, si es necesario, consultando con la coordinación de las Enseñanzas y Jefatura de Estudios. Las adaptaciones de las guías docentes para casuísticas concretas serán planteadas en las reuniones docentes y solventadas/adaptadas a las necesidades específicas detectadas.

Para detectar las necesidades educativas especiales del alumnado se parte de la evaluación inicial. Si se detecta algún caso concreto se emplearán metodologías compatibles con la asignatura como la adaptación de las actividades, flexibilización en los plazos de entrega, aportación de materiales que ayuden al refuerzo de los contenidos y de las prácticas, asistencia personalizada, etc.

9. SISTEMA DE PARTICIPACIÓN DEL ALUMNADO EN LA EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA.

Se atenderá a lo dispuesto en el Plan de Calidad en relación a las medidas que se establezcan para la evaluación de la asignatura: encuestas, rúbrica, etc.

10. BIBLIOGRAFÍA

UNIDAD	BIBLIOGRAFÍA
Todas las Unidades	<p>CARDENAL, M.- SALCEDO, E. <i>Moda y empresa. Gestione con éxito su negocio de diseño</i>. Barcelona. Norma, 2002.</p> <p>OLMO ARRIAGA, J. L. Del: <i>Marketing de la moda</i>. Madrid. Ediciones Internacionales Universitarias, 2008.</p> <p>POSNER, Harriet. <i>Marketing de moda</i>. Barcelona. GG Moda, 2018.</p>