



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|--|--------------------|---|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2019/20 |
| Asignatura (*) | Tendencias Globais en Moda: Transformación Dixital e Sustentabilidade | Código | 710G03008 | |
| Titulación | Grao en Xestión Industrial da Moda | | | |
| Descritores | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| Grao | 2º cuatrimestre | Primeiro | Formación básica | 6 |
| Idioma | Inglés | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Análise Económica e Administración de Empresas Empresa Socioloxía e Ciencia Política da Administración Socioloxía e Ciencias da Comunicación | | | |
| Coordinación | Rey García, Marta | Correo electrónico | marta.reyg@udc.es | |
| Profesorado | Moré Corral, María Paloma Rey García, Marta | Correo electrónico | paloma.more@udc.es marta.reyg@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descrición xeral | | | | |

| Competencias / Resultados do título | |
|-------------------------------------|---|
| Código | Competencias / Resultados do título |
| A8 | Ser capaz, en base al conocimiento del entorno social, de diseñar y poner en marcha estrategias de marketing eficaces, que contemplen especialmente las variables de comunicación y distribución: mensajes, medios, canales, relación con el cliente, etc, ... |
| A13 | Conocer el impacto de la tecnología en los distintos procesos de la industria textil. |
| A14 | Tener una perspectiva clara del papel de las personas en la organización, y conocer las herramientas de gestión de recursos humanos necesarias para conseguir de las mismas la máxima implicación y rendimiento. |
| A15 | Conocer y asumir la perspectiva ética y los valores imprescindibles en los que debe descansar el mundo de la moda y sus empresas. |
| A16 | Incorporar criterios de sostenibilidad en los procesos de toma de decisión de la empresa (y por extensión a los mercados de moda). |
| A17 | Saber implantar programas de Responsabilidad Social corporativa (en los mercados de moda). |
| A18 | Conocer los lenguajes plásticos y visuales en el ámbito del diseño de la industria de la moda, para entender e interpretar las creaciones artísticas de prendas de moda. |
| B1 | Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio |
| B2 | Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio |
| B3 | Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética |
| B4 | Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado |
| B5 | Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía |
| B6 | Capacidad para la cooperación, el trabajo en equipo y el aprendizaje colaborativo en entornos interdisciplinares |
| B7 | Capacidad para analizar tendencias (razonamiento crítico). |
| B8 | Capacidad de planificación, organización y gestión de recursos y operaciones |
| B9 | Capacidad de análisis, diagnóstico y toma de decisiones |
| B10 | Capacidad de comprensión de la dimensión social e histórico-artística del diseño y la industria de la moda, vehículo para la creatividad y la búsqueda de soluciones nuevas y efectivas. |
| C2 | Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero |



| | |
|----|---|
| C3 | Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida |
| C4 | Desarrollar el ejercicio de una ciudadanía respetuosa con la cultura democrática, los derechos humanos y la perspectiva de género |
| C5 | Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras |
| C6 | Adquirir habilidades para la vida y hábitos, rutinas y estilos de vida saludables |
| C7 | Desarrollar la capacidad de trabajar en equipos interdisciplinarios o transdisciplinarios, para ofrecer propuestas que contribuyan a un desarrollo sostenible ambiental, económico, político y social |
| C8 | Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad |
| C9 | Tener la capacidad de de gestionar tiempos y recursos: desarrollar planes, priorizar actividades, identificar las críticas, establecer plazos y cumplirlos. |

| Resultados da aprendizaxe | | | |
|---|-------------------------------------|---|----------------------------|
| Resultados de aprendizaxe | Competencias / Resultados do título | | |
| - Coñecer as tendencias globais que están a transformar a cadea de valor da moda | A14 A15 A16 A17 A18 | B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 | C2 C3 C4 C5 C6 |
| - Comprender a importancia de cumprir coa regulación e autorregulación na industria da moda | A14 A15 A16 A17 | B6 B7 B8 B9 B10 | C7 |
| - Coñecer os mecanismos e ferramentas que poden mellorar a trazabilidade e a transparencia nas cadeas de suministro de moda | A13 | B8 B9 | C3 C8 |
| - Coñecer a importancia da experiencia de cliente en moda, os seus antecedentes a as suas consecuencias | A8 | B7 B8 B9 | C3 |
| - Comprender os efectos da transformación dixital da distribución de moda para aproveitar as suas oportunidades | A13 | B3 | C3 C8 |
| Comprender as transformacións en curso na industria da moda | | B2 B4 B5 B6 B7 | |
| Comprender novas formas de xestión, especialmente na industria da moda | A14 A15 A16 A17 | B3 B6 B7 B8 B9 | C3 C4 C7 C8 |
| Comprender as novas tendencias en automatización e disrupción dixital | A8 A13 | B6 B7 | |



| | | | |
|---|-----|----|----|
| Comprender novas formas de comercialización e comportamento do consumidor | A8 | B2 | C3 |
| | A13 | B3 | C7 |
| | A15 | B7 | C8 |
| | A16 | B8 | |
| | | B9 | |

| Contidos | |
|---|--|
| Temas | Subtemas |
| Globalización e complexidade na cadea de valor da moda | Definición de cadea de valor da moda Globalización da produción e consumo de moda Complexidade: externalización e deslocalización |
| Sustentabilidade social e medioambiental: consumo responsable e responsabilidade social corporativa (RSC) | Conceptos clave Modelos de negocio sustentables en moda Consumo responsable |
| Cumprimento normativo: regulación e autorregulación na industria da moda | Definición e orixe do cumprimento normativo Hard law vs soft law na industria da moda Alianzas, normas e estándares internacionais |
| Trazabilidade da cadea de suministro da moda | Trazabilidade e transparencia na cadea de suministro Ferramentas e mecanismos para a trazabilidade para a sustentabilidade |
| Experiencia de cliente | Definición de experiencia de cliente Repensando a experiencia do cliente de moda: omnicanalidade e nova viaxe de cliente |
| Transformación dixital das tendas físicas | O novo papel da tenda física no paradigma omnicanal Aplicacións dixitais nas tendas físicas |
| Economía colaborativa e economía circular | Conceptos clave Aplicacións prácticas de economía colaborativa en moda Aplicacións prácticas de economía circular en moda |
| Disrupción dixital, intelixencia artificial e automatización | Conceptos clave Novos retos da transformación dixital para as empresas de moda Novos paradigmas e grupos de interés |
| Customización | Definición, orixe e evolución From "just in case" a "just in time": a gran transformación na produción e consumo |

| Planificación | | | | |
|----------------------------|--|---|-------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
| Estudo de casos | A13 A14 A15 A16 A17 A18 B1 B7 B9 C2 C3 | 12 | 24 | 36 |
| Seminario | B9 C5 C6 C9 | 8 | 16 | 24 |
| Proba de resposta múltiple | A8 B10 | 3 | 21 | 24 |
| Sesión maxistral | A14 A15 A16 A17 B2 B3 B4 B5 B6 B8 C4 C7 C8 | 21 | 42 | 63 |
| Atención personalizada | | 3 | 0 | 3 |

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

| Metodoloxías |
|--------------|
|--------------|



| Metodoloxías | Descrición |
|----------------------------|---|
| Estudo de casos | Se utilizarán diferentes materiais (casos prácticos, materiais audiovisuais, lecturas) tanto na aula para complementar a docencia teórica e teórico-práctica (prácticas individuais), como fora da aula para preparar os proxectos prácticos en equipo que constitúen o obxecto da avaliación continua, e que poderán versar sobre organizacións reais. |
| Seminario | A asistencia a todas as sesións da asignatura, incluídos os seminarios, as presentacións de todos os proxectos prácticos de equipo e as conferencias invitadas, é obligatoria dado o seu carácter evaluable. |
| Proba de resposta múltiple | Examen tipo test de resposta múltiple onde unha sola opción é correcta e as respostas incorrectas penalizan. |
| Sesión maxistral | Se explicarán na aula os fundamentos dos contidos da asignatura utilizando apoios audiovisuais, discusións dirixidas, casos prácticos e outras metodoloxías interactivas. |

Atención personalizada

| Metodoloxías | Descrición |
|-----------------|---|
| Estudo de casos | <p>Se facilitará atención personalizada para resolver dúbidas específicas sobre os contidos da asignatura, recomendar recursos bibliográficos e documentais adicionais para o estudo de casos, e dar seguemento ó proxecto práctico en equipo. Igualmente nos seminarios se poden atender dúbidas individualmente, ademais de ter lugar unha aprendizaxe colaborativa.</p> <p>Na plataforma virtual da UDC se depositarán e/ou indicarán os casos e demais material docente imprescindible para facilitar ó alumnado o seguemento das sesións de docencia teórica ou interactiva, co seu calendario. O material será comentado e ampliado na aula cos alumnos asistentes de xeito interactivo, e os casos e demais materias prácticos asignados serán, primeiro, presentados polos equipos de alumnos responsables, e despois, obxecto de discusión dirixida en plenario. Por tanto se recomenda a tódolos alumnos tanto a asistencia como a lectura dos devanditos materiais con antelación á sesión que corresponda. Asimesmo se recomenda ós alumnos a asistencia as tutorías para resolver de modo personalizado calquera dúbida sobre os casos e demais traballos susceptibles de avaliación continua.</p> <p>O obxectivo da atención personalizada consistirá en resolver dúbidas relativas á preparación dos proxectos e casos prácticos, tanto no caso dos alumnos matriculados en réximen de dedicación a tempo completo como no caso de alumnos con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica.</p> |

Avaliación

| Metodoloxías | Competencias / Resultados | Descrición | Cualificación |
|-----------------|--|--|---------------|
| Estudo de casos | A13 A14 A15 A16 A17 A18 B1 B7 B9 C2 C3 | A calificación obtida nos proxectos prácticos de equipo ponderará 30% da calificación final. Todos os participantes de cada equipo obterán a mesma calificación | 30 |
| Seminario | B9 C5 C6 C9 | A asistencia a tódalas sesións é obligatoria, incluídos seminarios e conferencias, e será debidamente avaliada. A asistencia ás sesións suporá un máximo do 10% da calificación final. | 10 |



| | | | |
|----------------------------|--------|--|----|
| Proba de resposta múltiple | A8 B10 | <p>Realizaráse un examen tipo test, donde solo unha opción é correcta. As respostas incorrectas penalizan. É estrictamente necesario aprobar o examen (esto é, obter unha calificación igual ou superior a 5, nunha escala de 0-10) para aprobar a materia.</p> <p>Todos os materiais e contidos tratados na aula ou recomendados en moodle, ben a través de seminarios e conferencias ou a través de sesións interactivas (sexan discusións de casos, plenarias ou en equipo, ou seminarios), incluídas as discusións de prácticas individuais ou as presentacións de proxectos de equipo, son susceptibles de ser preguntados no examen.</p> <p>É importante que os estudantes se preparen individualmente para o examen utilizando todos os materiais dispoñibles na plataforma virtual (diapositivas, lecturas, materiais multimedia) e as notas que tomen na aula para comprender os exemplos reais utilizados para ilustrar os contidos do curso e desenvolver os seus propios pensamento crítico e criterio profesional.</p> <p>É crucial que os estudantes complementen estes materiais coa revisión individual das lecturas suxeridas, e así aclarar calquera dúbida.</p> | 60 |
|----------------------------|--------|--|----|

Observacións avaliación

A participación en seminarios, conferencias e sesións ordinarias (ata 10% da calificación final) poderá controlarse aleatoriamente-Os criterios de avaliación aplicaránse tanto á primeira como á segunda oportunidade, incluídos estudantes Erasmus e de intercambio.Os estudantes matriculados a tempo parcial e con "dispensa académica de exención de asistencia" terán as seguintes ponderacións: 40% virá dos proxectos prácticos en equipo e 60% do examen.Os estudantes que suspendan o examen de test recibirán a calificación do examen como calificación final. As calificacións obtidas polos estudantes nos proxectos prácticos en equipo (ata 30%) e asistencia (ata 10%) serán válidos solo durante o curso académico en cuestión. Está prohibido o acceso ás aulas de examen con calquer dispositivo de transmisión e/ou almacenamento de datos (teléfonos móbiles, reloxes intelixentes, etc.).

Fontes de información



| | |
|---|--|
| <p>Bibliografía básica</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Aitken, Sally (). Seduction in the City: The birth of shopping. . - Battilana, J; Lee, M.; Walker, J. Y Dorsey; Ch. (2012). In search of the Hybrid Ideal. Stanford Social Innovation Review, pp.51-55 - Caro, F., and Martínez-De-Albéniz, V. (2014). How fast fashion works: Can it work for you, too. IESE Insight, 21(21), 58-65. - Deloitte (2016). The Deloitte Consumer Review. CX marks the spot: Rethinking the consumer experience to win.. - Ellen MacArthur Foundation (2017). A New Textiles Economy: Redesigning fashion?s future. - Fogliatto, F.S.m, da Silveira, J.C, Borenstein, D. (2012). The mass customization decade: An updated review of the literature . International Journal of Production Economics Volume 138, Issue 1, pp 14-25 - Garcia-Torres, S., Rey-Garcia, M. and Albareda-Vivo, L. (2017). Effective Disclosure in the Fast-Fashion Industry: from Sustainability Reporting to Action.. Sustainability, 9(12), pp. 2256. - Karamchandani, A Kubzansky, M, Frandano, P. (2009). Emerging Markets, Emerging Models. MARKET-BASED SOLUTIONS TO THE CHALLENGES OF GLOBAL POVERTY. Monitor Company Group - Prahalad, C.K., Hart, S.L. (2002). The fortune at the bottom of the Pyramid. Strategy+Business, issue 26 - Rey-García, M., Regueiro Otero, A., Mato-Santiso, V. (2018). &quot;The Challenges of Digital Transformation for Fast-Fashion Brands: A Proposal for an Operational Tool to Measure Omni-Channel Integration. Advances in National Brand and Private Label Marketing, Springer, 95-103 - Rey-Garcia, M., Lirola-Walton, E. & Mato-Santiso, V. (2017). La transformación digital de la distribución comercial: la tienda física, de caja brick and mortar a nodo omnicanal?. En Trespalacios Gutiérrez, J. A.; Vázquez Casielles, R.; Estrada Alonso, E. y González Mieres, C. (e - Stewart, R., Niero, M. (2018). Circular economy in corporate sustainability strategies: A review of corporate sustainability reports in the fast-moving consumer goods sector. Business Strategy and the Environment - (). The True Cost. - (). http://www.claraavilac.com/. - (). https://www.40defiebre.com/. - Fuente nacional de referencia (). https://www.modaes.es. Acceso contenidos premium vía convenio UDC - Revista internacional de referencia (). https://www.businessoffashion.com. Acceso via Biblioteca Casa do Patín UDC - (). . - REY-GARCIA, M. Y FOLGUEIRA SUÁREZ, T. (2019). http://www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es/publicaciones-libros-publicados-es.html. El reto de la moda sostenible - McKinsey & Company (2019). https://cdn.businessoffashion.com/reports/The_State_of_Fashion_2019.pdf. The state of fashion 2019. |
| <p>Bibliografía complementaria</p> | |

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Fundamentos de Economía: Industria da Moda/710G03003

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Xestión Sustentable da Cadea de Valor da Moda/710G03018

Observacións

(*A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías

