



Guía Docente				
Datos Identificativos				2021/22
Asignatura (*)	Taller 5: Xestión de Tendencias e Coleccións	Código	710G03036	
Titulación				
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Cuarto	Optativa	6
Idioma	Inglés			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinación	Escourido Calvo, Manuel	Correo electrónico	manuel.escourido@udc.es	
Profesorado	Escourido Calvo, Manuel	Correo electrónico	manuel.escourido@udc.es	
Web	http://gradoindustrialmoda.udc.gal/			
Descrición xeral	<p>No Obradoiro de Xestión de coleccións e Tendencias de Moda, o estudante traballará nas fases iniciais da creación dunha colección de moda. A partir da busca e interpretación de tendencias, pasando pola creación de moodboards, cores, harmonías, conceptualización e deseño de pezas específicas, o alumnado traballará na identificación, busca e transformación de tendencias, conceptos e ideas para obter como produto final unha colección de prendas definidas e cohesionadas.</p> <p>A orientación práctica do obradoiro significa unha metodoloxía didáctica dinámica baseada, en gran medida, no traballo en equipo, de xeito que cada grupo debe preparar unha colección cápsula (en formato de esquema e fichas técnicas) e facer unha presentación final onde se explicará o proceso, desde a orixe da colección (inspiración, tendencias) ata o propósito, detalle e características das pezas.</p> <p>DOCENTE: MERITXELL VILALTA REDÓ. Licenciada en Deseño Téxtil pola ESDI, iniciou a súa carreira profesional na Cooperativa Textil Teixidores, S.C.C.L, traballando un tempo despois no Grupo Inditex (Zara), onde desenvolveu a maior parte da súa carreira. En Inditex, traballou como deseñadora para o departamento de mallas de Zara Man, na oficina de Compras de Shanghai (onde se encargou do abastecemento, xestión da calidade e seguimento da produción de Zara Man) e, de volta en Arteixo, asumiu o departamento de Calidade Transversal de Zara Man, rematando a súa etapa en Inditex no departamento de Sostibilidade Corporativa. Actualmente é formadora en varias escolas de deseño.</p>			
Plan de continxencia	<ol style="list-style-type: none">1. Modificacións nos contidos2. Metodoloxías<ul style="list-style-type: none">*Metodoloxías docentes que se manteñen*Metodoloxías docentes que se modifican3. Mecanismos de atención personalizada ao alumnado4. Modificacións na avaliación<ul style="list-style-type: none">*Observacións de avaliación:5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía			

Competencias / Resultados do título

Código	Competencias / Resultados do título
--------	-------------------------------------

Resultados da aprendizaxe



Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título		
Cofecer o proceso de concepción, deseño, fabricación, comunicación e lanzamento de coleccións de moda que anticipan e / ou crean tendencias no sector / mercado.	A2 A4 A5 A6 A7 A8 A19	B1 B2 B3 B4 B6 B7 B8 B9	C1 C3 C4 C5 C7 C8 C9
Cofecer as técnicas e ferramentas que o permitirán os alumnos analizar e anticipar os cambios nos estilos de vida e preferencias de consumidores, para que poidan identificar as tendencias actuais e emerxentes e incluso converterse en creadores de tendencias.	A2 A4 A5 A6 A7 A8 A19	B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9	C1 C3 C4 C5 C7 C8 C9

Contidos	
Temas	Subtemas
1. Creatividade, innovación, tendencias e Design&Visual Thinking.	<ul style="list-style-type: none"> - Conceptos de creatividade e innovación centrados na creación de coleccións de moda. - Introducción aos principios do Design Thinking como guía e soporte durante as diferentes etapas do proceso de creación dunha colección. Punto de partida- : enfoque para comezar a recollida, análise de situación e contexto, definición de necesidades e obxectivos, programación de proxectos.
2. Introducción á análise de tendencias e coolhunting na industria da moda.	<ul style="list-style-type: none"> - Que é Coolhunting: de onde vimos e onde estamos. - Innovación, grupos obxectivo, trazabilidade, estilo de rúa e puntos urbanos de moda. - Tendencias e contexto. Tipos de tendencias. - Obxectivo da busca de Tendencias: recursos, fontes e ferramentas.
3. Design Thinking e Coolhunting.	<ul style="list-style-type: none"> - Pensamento centrado no usuario. A empatía como ferramenta básica para a innovación. - O moodboard: obxectivos, para que serve, quen traballará con el, cando se usará. - Cómo transferir Tendencias a Moodboard. - Tipos de Moodboard; representar e explicar ideas sobre diferentes aspectos (atmosfera, cor, materiais, texturas, siluetas, etc.)



4. Metodoloxías de análise de tendencias.	<ul style="list-style-type: none"> - Detectar, identificar e analizar Tendencias. - Deseño, redacción e presentación dun informe Coolhunting. - Estruturación de ideas e información para a presentación de propostas iniciais de coleccións segundo a análise de tendencias realizadas.
5. Ferramentas de Coolhunting.	<ul style="list-style-type: none"> - Selección de recursos de inspiración: onde buscar fontes e ferramentas inspiradoras para o traballo creativo. - Fontes, contornos e experiencias especializadas. - Recursos offline e online. - Ferramentas sociais: influencers e xestión de contidos.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Actividades iniciais	B1 C5 C7 C9	7	0	7
Sesión maxistral	A2 A4 A5 A6 A7 A8 A19 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 C8	25	25	50
Proba obxectiva	B4 B7 B8 B9	3	25	28
Traballos tutelados	A2 A4 A5 A6 A7 A8 A19 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 C1 C3 C4 C5 C7 C8 C9	10	40	50
Atención personalizada		15	0	15

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

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Actividades iniciais	Sesións de coordinación, presentación de profesionais e establecemento da planificación da materia (horarios, contidos, prácticas, etc.).
Sesión maxistral	Os contidos do programa teórico da asignatura introdúcense nunha conferencia formal, a través de medios audiovisuais. As diapositivas non se entregarán aos alumnos. O profesor supervisará a asistencia ás conferencias; A asistencia regular é un requisito no procedemento de avaliación.
Proba obxectiva	Proba escrita utilizada para a avaliación da aprendizaxe que pode combinar distintos tipos de preguntas: de resposta múltiple con erros penalizadores (formular unha cuestión en forma de pregunta directa ou de afirmación incompleta con varias opcións ou alternativas de resposta das que só unha de las é válida), de ensaio (preguntas de certa amplitude por escrito nas que se valora que se proporcione a resposta esperada, combinada coa capacidade de razoamento (argumentar, relacionar, etc.)). Tamén se pode construír con un só tipo dalgunha destas preguntas.
Traballos tutelados	Traballos individuais e en grupo, onde se poñen en práctica e aplican os coñecementos teóricos adquiridos.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición



Sesión maxistral	Os estudantes poderán facer calquera pregunta mentres traballan nos estudos de caso ou nas lecturas que deben presentar.
Traballos tutelados	Tamén poden facer preguntas sobre temas explicados na clase. Os docentes e o profesor coordiador teñen asignadas
Actividades iniciais	dispoñibilidades para realizar tutorías.
Proba obxectiva	

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Sesión maxistral	A2 A4 A5 A6 A7 A8 A19 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 C8	ASISTENCIA e PARTICIPACIÓN: 10% da nota final. A participación e asistencia ás clases maxistrais, así como ás clases prácticas, representarán o 10% da nota final.	10
Traballos tutelados	A2 A4 A5 A6 A7 A8 A19 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 C1 C3 C4 C5 C7 C8 C9	Realización, entrega e presentación de traballos e proxectos onde se aplican contidos e aprendizaxes adquiridos. Os criterios de avaliación inclúen a comprobación da inclusión e aplicación da parte teórica, a calidade e a claridade dos traballos e a súa presentación. No caso de esixencia de exposición oral, valorarase a claridade, a calidade, a creatividade e suxección ao tempo da presentación, así como a defensa ante as preguntas que se realizan. 50% da nota final.	60
Proba obxectiva	B4 B7 B8 B9	40% da nota final. Proba obxectiva individual. No caso dunha proba de opción múltiple, cada resposta incorrecta podería reducir a puntuación final.	30

Observacións avaliación



Avaliación 1ª

Oportunidade.

No desenvolvemento da

parte práctica (traballos en equipo / proxectos) (60% da nota final) avaliarase:

aplicación das bases teóricas, calidade de presentación, precisión e claridade de exposición e calidade das respostas, fontes primarias e secundarias utilizadas e revisión bibliográfica.

Para a avaliación da

parte teórica empregárase o exame (30% da nota final), combinando o modelo de tipo test (opción múltiple, onde os erros poden reducir a nota) con preguntas de desenvolvemento.

Dedicación a tempo

parcial e exención académica (exención de asistencia): non se contempla esta posibilidade. O taller é presencial, polo que a asistencia é obrigatoria.

O proceso de

avaliación da 2ª oportunidade esixe a entrega dun proxecto final

individualizado (60% de nota final) e a realización dunha proba obxectiva (40% de nota final) que combina preguntas tipo test e de desenvolvemento.

En caso de

convocatoria extraordinaria, esixe a entrega dun proxecto final individualizado (60% de nota final) e a realización dunha proba obxectiva (40% de nota final) que combina preguntas tipo test e de desenvolvemento.

Considerase ?Non presentado? (NP) ao estudante que, estando matriculado, non teña participado nas distintas actividades de avaliación (continua/práctica e/ou exame/proba) que se estableza para o ano académico.

PLAXIO / COPIA. A

realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación implicará directamente a cualificación de suspenso (0) na materia na convocatoria correspondente, invalidando así calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación de cara á convocatoria extraordinaria.

A asistencia a

todas as sesións do obradoiro é obrigatoria. Requirirase un mínimo de asistencia do 90% das horas impartidas. Este requisito será condición necesaria para superala materia.

@font-face

{font-family:"Cambria Math";

panose-1:2 4 5 3 5 4 6 3 2 4;

mso-font-charset:0;

mso-generic-font-family:roman;

mso-font-pitch:variable;

mso-font-signature:-536870145 1107305727 0 0 415 0;}@font-face

{font-family:Calibri;

panose-1:2 15 5 2 2 2 4 3 2 4;

mso-font-charset:0;

mso-generic-font-family:swiss;

mso-font-pitch:variable;

mso-font-signature:-536859905 -1073732485 9 0 511 0;}p.MsoNormal, li.MsoNormal, div.MsoNormal

{mso-style-unhide:no;

mso-style-qformat:yes;

mso-style-parent:"";



```
margin:0cm;
mso-pagination:widow-orphan;
font-size:12.0pt;
font-family:"Calibri",sans-serif;
mso-ascii-font-family:Calibri;
mso-ascii-theme-font:minor-latin;
mso-fareast-font-family:Calibri;
mso-fareast-theme-font:minor-latin;
mso-hansi-font-family:Calibri;
mso-hansi-theme-font:minor-latin;
mso-bidi-font-family:"Times New Roman";
mso-bidi-theme-font:minor-bidi;
mso-fareast-language:EN-US;}.MsoChpDefault
{mso-style-type:export-only;
mso-default-props:yes;
font-family:"Calibri",sans-serif;
mso-ascii-font-family:Calibri;
mso-ascii-theme-font:minor-latin;
mso-fareast-font-family:Calibri;
mso-fareast-theme-font:minor-latin;
mso-hansi-font-family:Calibri;
mso-hansi-theme-font:minor-latin;
mso-bidi-font-family:"Times New Roman";
mso-bidi-theme-font:minor-bidi;
mso-fareast-language:EN-US;}div.WordSection1
{page:WordSection1;}
```



Fontes de información

Bibliografía básica	Harriet Posner. Marketing de moda. 2a edición. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL, 2016 Alison Gwilt. Moda Sostenible. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL, 2014.
Bibliografía complementaria	Fashionary International Ltd Fashionary. Fashionpedia, the visual dictionary of fashion design. Hong Kong, 2017. Toby Meadows. <i>How to set up & run a Fashion Label</i>. London: Laurence King Publishing, 2009. WEBs. www.wgsn.com . www.wwd.com . www.britishfashioncouncil.co.uk . www.fashionnetwork.com . www.businessoffashion.com . www.drapersonline.com . https://www.vogue.com/fashion-shows . https://www.peclersparis.com . https://www.modacable.com . www.instagram.com . www.pinterest.com . https://fashioneditorials.com . https://fitnyc.libguides.com/forecasting Fashionary International Ltd Fashionary. Fashionpedia, the visual dictionary of fashion design. Hong Kong, 2017. Toby Meadows. How to set up & run a Fashion Label. London: Laurence King Publishing, 2009. WEBs. www.wgsn.com . www.wwd.com . www.britishfashioncouncil.co.uk . www.fashionnetwork.com . www.businessoffashion.com . www.drapersonline.com . https://www.vogue.com/fashion-shows . https://www.peclersparis.com . https://www.modacable.com . www.instagram.com . www.pinterest.com . https://fashioneditorials.com . https://fitnyc.libguides.com/forecasting

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Xestión Sustentable da Cadea de Valor da Moda/710G03018
Márketing e Investigación de Mercados de Moda/710G03012
Fundamentos de Deseño Artístico da Moda/710G03002

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Xestión da Innovación Industrial en Moda/710G03029
Dirección Estratéxica da Empresa de Moda/710G03030

Materias que continúan o temario

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