UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guia docente				
Datos Identificativos				2022/23
Asignatura (*)	Negocio Digital de la Moda		Código	710G03031
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda			
Descriptores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	1º cuatrimestre	Cuarto	Obligatoria	6
Idioma	Inglés			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinador/a	Mato Santiso, Vanessa	Correo electrónico	vanessa.mato@udc.es	
Profesorado	Mato Santiso, Vanessa	Correo electrónico	vanessa.mato@udc.es	
Web	https://humanidades.udc.es/estudos/gim			
Descripción general	El principal objetivo de esta asignatura es enseñar al alumnado las características básicas y el funcionamiento de un negocio digital en el sector de la moda, las oportunidades del comercio electrónico, las infraestructuras y tecnologías en el negocio digital, los factores clave de un entorno digital, principales estrategias, efectos de la digitalización en la cadena de suministro del sector moda, etc. Además, se estudiará el mercado digital de la moda, así como la adecuada gestión de la transformación de un negocio físico hacia un negocio digital.			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A1	Conocer los fundamentos básicos de gestión de una empresa de textil/moda, tanto a nivel estratégico como operativo y funcional.
A2	Conocer los aspectos del entorno que influyen en la evolución del mundo de la moda y sus empresas, con especial incidencia en el impacto de las cuestiones económicas y legales.
A3	Desarrollar destrezas para las relaciones interpersonales y la interactuación con agentes del entorno e interno (clientes,proveedores, medios, colaboradores, ...)
A5	Desarrollar las necesarias habilidades para la generación de ideas creativas e innovadoras.
A6	Conocer y manejar las herramientas necesarias para la realización, conceptualización y lanzamiento de colecciones.
A7	Conocer la realidad y los condicionantes sociales que influyen en el mundo de la moda, con perspectiva de evolución histórica.
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, ...
A9	Dominar o proceso loxístico dunha empresa de moda desde unha perspectiva global, abarcando desde o aprovisionamento ata o proceso produtivo e mais o transporte, con especial incidencia nos procesos principais propios da industria téxtil: selección de tecidos e materiais, padronaxe, confección etc....
A11	Ter unha perspectiva internacional do sector da moda e dominar ferramentas de planificación e xestión das estratexias de internacionalización posibles.
A13	Coñecer o impacto da tecnoloxía nos distintos procesos da industria téxtil.
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
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C4	Desarrollarse para 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.
C7	Desarrollar la capacidad de trabajar en equipos interdisciplinares o transdisciplinares, 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 gestionar tiempos y recursos: desarrollar planes, priorizar actividades, identificar las críticas, establecer plazos y cumplirlos.

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
Conocer los fundamentos básicos de la gestión de un negocio digital en el sector moda.	A1 A2 A3 A5 A6 A7 A8	B1 B2 B3 B5 B8	C8 C9
Conocer el impacto de las nuevas herramientas, procesos y plataformas en la estrategia digital de las empresas de moda.	A1 A2 A3 A6 A7	B1 B2 B3 B8	C1
Conocer los factores del entorno digital que influyen en un negocio de moda, y las principales estrategias de negocio digital.	A1 A2 A3 A6 A7 A8 A9 A11 A13	B1 B2 B3 B4 B8 B9	C1 C4
Ser capaces de gestionar la transformación empresarial hacia un negocio digital en el sector moda.	A2 A3 A5 A6 A7 A8 A11 A13	B1 B2 B3 B4 B5 B7 B8 B9	C1 C5 C8 C9

Ser capaz de trabajar en equipo, desarrollar la capacidad de análisis y síntesis de la información, desarrollar el pensamiento crítico, y mejorar las habilidades comunicativas a la hora de crear y transmitir ideas.	A3 A5 A6 A7 A8	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9	C1 C4 C7 C8 C9

Contenidos	
Tema	**Subtema**
I: Introducción al negocio digital de la moda.	1. Introducción al negocio digital. 2. Análisis de oportunidades para negocios digitales y comercio electrónico en el sector moda.
II: Implementación y gestión del negocio digital en el sector moda.	3. Gestión de la infraestructura del negocio digital. 4. Factores clave en el entorno digital. 5. Estrategia de negocio digital. 6. Efectos de la digitalización y nuevas tecnologías en la gestión de la cadena de suministro.
III: Mercado digital de la moda y gestión de la transformación digital.	7. Mercado digital de la moda 8. Gestión de relaciones con consumidores digitales. 9. Diseño de servicios digitales y experiencia del cliente. 10. Gestión de la transformación hacia un negocio digital.

Planificación				
Metodologías / pruebas	**Competencias / Resultados**	**Horas lectivas (presenciales y virtuales)**	**Horas trabajo autónomo**	**Horas totales**
Estudio de casos	A1 A2 A6 A7 A8 A9 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C1 C4 C7 C8 C9	16	8	24
Sesión magistral	A1 A2 A7 A8 A11 A13 B1 B2 C5 C7 C8 C9	21	15	36
Trabajos tutelados	A3 A5 A6 A8 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C1 C4 C8 C9	4	22	26
Presentación oral	B4 C1	2	4	6
Prueba de respuesta múltiple	A1 A2 A3 A6 A7 A8 B1 B2 B3 B4 B5 B8 B9 C1 C9	2	20	22
Seminario	A1 A2 A3 B3 C4 C5 C8	2	0	2
Lecturas	A1 A2 A6 A7 B3 C8	0	20	20
Discusión dirigida	A1 A3 A5 B3 B4 B5 B6 B7 B9 C1 C4	8	6	14
Atención personalizada		0		0
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	**Descripción**
Estudio de casos	Resolución, individual o en grupo, de casos prácticos propuestos por el profesorado. Estos casos de estudio se irán detallando a lo largo del curso, conforme se vaya avanzando en el temario de la asignatura.
Sesión magistral	Presentación de los contenidos que conforman el temario de la asignatura mediante la exposición oral, guiada con el uso de presentaciones, de medios audiovisuales y de la introducción de cuestiones dirigidas al alumnado con el fin de favorecer el aprendizaje y la generación del conocimiento.
Trabajos tutelados	Realización de un trabajo/proyecto en equipo y posterior presentación oral plenaria del mismo (puede ser presencial o virtual a través de Teams, el profesorado lo confirmará a lo largo del curso). El contenido y características de este trabajo se darán a conocer al alumnado en las primeras sesiones de la asignatura.
Presentación oral	Presentación oral (de forma individual o en grupo) del proyecto tutelado, de trabajos realizados en el aula o de estudios de caso, que también deberán entregarse por escrito.
Prueba de respuesta múltiple	Examen tipo test de respuesta múltiple donde una sola opción es correcta y las respuestas incorrectas penalizan.
Seminario	Realización de algún seminario con profesionales del sector de la moda expertos en la materia, siempre que sea posible (en caso de llevarse a cabo, el profesorado informará previamente a los estudiantes sobre el lugar, fecha y hora del seminario).
Lecturas	Lecturas sobre diferentes temas para abordar y/o profundizar en el temario de la asignatura.
Discusión dirigida	Mediante esta metodología se abordarán diferentes temas de la asignatura con el objetivo de que los estudiantes reflexionen sobre diferentes aspectos de la materia y adopten una posición crítica.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Presentación oral Trabajos tutelados	En el horario de tutorías, el alumnado podrá reunirse con el profesorado para aclarar dudas sobre los contenidos de la asignatura, así como sobre el trabajo/proyecto supervisado propuesto. ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD: La asignatura podrá ser adaptada al estudiantado que requiera la adopción de medidas encaminadas al apoyo a la diversidad (física, visual, auditiva, cognitiva, de aprendizaje o relacionada con la salud mental). De ser el caso, deberán contactar con los servicios disponibles en la UDC/en el centro: en los plazos oficiales estipulados de manera previa a cada cuatrimestre académico, con la Unidad de Atención a la Diversidade (https://www.udc.es/cufie/ADI/apoioalumnado/); en su defecto, con la tutora ADI de la Facultad de Humanidades.

Evaluación			
Metodologías	**Competencias / Resultados**	**Descripción**	**Calificación**
Estudio de casos	A1 A2 A6 A7 A8 A9 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C1 C4 C7 C8 C9	Evaluación de los casos de estudio propuestos y realizados, individual o grupalmente. En algunos de los casos propuestos (a especificar durante el curso) la evaluación podrá realizarse por pares. Además, se valorará la asistencia y participación activa en las actividades realizadas en las sesiones interactivas (por ejemplo, participación en debates o discusiones dirigidas en el aula, resolución de actividades, respuesta a las preguntas formuladas, etc.). Se podrán también realizar pequeños cuestionarios, sin necesidad de aviso previo, sobre los contenidos vistos al finalizar alguna de las sesiones expositivas o interactivas.	20

Trabajos tutelados	A3 A5 A6 A8 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C1 C4 C8 C9	Consiste en la evaluación del trabajo escrito y la presentación oral del proyecto tutelado en equipo propuesto por el profesorado. Esta evaluación se realizará atendiendo a criterios como el dominio de conceptos específicos de la asignatura, la expresión escrita y presentación formal de los contenidos, la gestión de la información y fuentes bibliográficas, la claridad expositiva, la originalidad y creatividad de las ideas expuestas, etc.	30
Prueba de respuesta múltiple	A1 A2 A3 A6 A7 A8 B1 B2 B3 B4 B5 B8 B9 C1 C9	Se realizará un examen tipo test (presencial o virtual administrado vía Campus virtual), donde solo una opción es correcta. Las respuestas incorrectas penalizan un tercio del valor de las correctas. Es estrictamente necesario obtener una calificación mínima de 4 puntos en el examen final, en una escala de 0-10, para poder superar la asignatura.	50

Observaciones evaluación
1. Segunda oportunidad: Los criterios de evaluación se aplicarán tanto a la primera como a la segunda oportunidad, incluidos los estudiantes Erasmus y de intercambio. El estudio de casos (20%) y los trabajos tutelados (30%), por formar parte de la evaluación continua, no podrán ser recuperados en la segunda oportunidad (se conservará la misma puntuación). Solamente podrá recuperarse la prueba de respuesta múltiple.2. Convocatoria adelantada: En la convocatoria adelantada de Diciembre se cambiarán los criterios de evaluación con respecto a la primera y segunda oportunidad. La nota final de la asignatura en esta convocatoria adelantada dependerá exclusivamente de la nota obtenida en el examen final (100%). Este examen consistirá en una prueba de respuesta múltiple (tipo test).3. Calificación de 'No presentado': La calificación de "No Presentado" se asignará a las personas que no realicen el examen final (prueba de respuesta múltiple) en la primera oportunidad, segunda oportunidad o convocatoria anticipada.4. Estudiantes con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia: El alumnado con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y exención académica de la exención de asistencia deberán comunicar su situación al profesorado de la asignatura al inicio del curso, con el fin de establecer un plan de trabajo y calendario. El sistema de evaluación será el siguiente: prueba de respuesta múltiple (50%), trabajos tutelados (30%) y realización y entrega de estudios de caso (20%) (pero sin computar la asistencia a las sesiones). El trabajo tutelado debe realizarse en equipo.5. Otras observaciones de evaluación:NOTA MÍNIMA: Para aprobar la asignatura, el alumnado deberá obtener una nota mínima de 4 puntos sobre 10 en la prueba de respuesta múltiple. En otro caso, la calificación final será de "Suspenso" (siendo la nota global de la asignatura la nota obtenida en este examen final), aun cuando la nota global otorgue una puntuación igual o superior a los 5 puntos. El control de la asistencia de los estudiantes a las sesiones interactivas presenciales podrá realizarse de forma aleatoria.Las calificaciones obtenidas por los estudiantes en la evaluación continua como resultado del trabajo tutelado realizado en equipo (hasta un 30%), y de la realización de estudios de caso (hasta un 20%) serán válidas únicamente durante el curso académico en cuestión. Está prohibido el acceso a las salas de examen con cualquier dispositivo de transmisión y/o almacenamiento de datos (teléfonos móviles, relojes inteligentes, etc.).El comportamiento fraudulento en cualquiera de los apartados sometidos a evaluación supondrá la calificación de "Suspenso (0)" en la evaluación final.

Fuentes de información	
Básica	BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:Dave Chaffey, Tanya Hemphill and David Edmundson-Bird (2019). Digital Business and E-Commerce Management. Editorial Pearson, 7th edition.Bernd W. Wirtz (2019). Digital business models: Concepts, Models, and the Alphabet Case Study. Springer International Publishing, 1st edition.Peter D. Weill and Stephanie L. Woerner. (2018). What's your digital business model?: six questions to help you build the next-generation enterprise. Boston: Harvard Business Review Press.Ricardo Tayar (2017). CRO: diseño y desarrollo de negocios digitales. Madrid: Anaya.Dave Chaffey (2011). E-Business & E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. Editorial Pearson, 5th edition.Teresa Sádaba (2015). Moda en el entorno digital: ISEM Fashion Business School. Madrid: EUNSA.

Complementária	BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:Ricardo Tayar (2020). CRO Profesional: estrategia y práctica: cómo mejorar la conversión de productos digitales. Madrid : Anaya Multimedia.Mª Angeles Hernández Dauder, José María Estrade Nieto, and David Jordán Soro (2020). Marketing digital: mobile marketing, SEO y analítica web. Madrid: Anaya Multimedia.Rudy Hirschheim, Armin Heinzl, Jens Dibbern (Eds.) (2020). Information Systems Outsourcing: The Era of Digital Transformation. Cham: Springer International Publishing: Imprint: Springer. 5th edition.Luis Alberto Ruano y Rogelio Velasco (2018). Emprendimiento en el entorno digital: el lanzamiento de una startup. Barcelona: Alfaomega: Marcombo.George Westerman, Didier Bonnet, Andrew McAfee (2014). Leading digital: turning technology into business transformation. Boston: Harvard Business Review Press.

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Fundamentos de Gestión de la Empresa de Moda/710G03004 Gestión de la Cadena de Suministro de Moda I: Aprovisionamiento/710G03005 Distribución Omnicanal de Moda/710G03024 Internacionalización de la Empresa de Moda/710G03025 Modelos y Técnicas de Simulación Empresarial: Juego de Empresa/710G03026 Gestión de la Cadena de Suministro de Moda II: Gestión de Operaciones /710G03017 Gestión de la Cadena de Suministro de Moda III: Logística y Transporte/710G03019 Marketing e Investigación de Mercados de Moda/710G03012 Sistemas y Tecnologías de la Información/710G03013 Fundamentos Matemáticos y Herramientas para el Análisis de Datos/710G03014 Tendencias Globales en Moda: Transformación Digital y Sostenibilidad/710G03008
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Gestión de la Innovación Industrial en Moda/710G03029 Dirección Estratégica de la Empresa de Moda/710G03030 Taller 2: Aplicaciones de Gestión y Tecnologías del Conocimiento en Moda/710G03033
Asignaturas que continúan el temario
Prácticas Externas/710G03037 Trabajo Fin de Grado/710G03038
Otros comentarios
Se recomienda la revisión y seguimiento del curso de la materia en el campus virtual, donde se subirán los materiales y se informará de las actividades a realizar. También se recomienda llevar ordenador portátil o tableta electrónica a las sesiones interactivas. Los trabajos de la materia se entregarán a través del campus virtual, en soporte digital. Si no es posible, se recomienda la impresión en papel reciclado, a doble cara y evitando el uso de materiales plásticos.

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías