



Guía Docente

Guía Docente				
Datos Identificativos				2022/23
Asignatura (*)	Taller 4: Planificación, Deseño e Xestión de Produto de Moda		Código	710G03035
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda			
Descriptor				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Cuarto	Optativa	6
Idioma	Inglés			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinación	Rey García, Marta	Correo electrónico	marta.reyg@udc.es	
Profesorado	Rey García, Marta	Correo electrónico	marta.reyg@udc.es	
Web	http://gradoindustrialmoda.udc.gal/			
Descrición xeral	O principal obxectivo do Obradoiro de Planificación, Deseño e Xestión de Produto de Moda é proporcionar ao estudante unha visión estratéxica sobre cómo xestionar o produto de moda, tendo en conta o modelo de negocio, os valores, o nivel de sostibilidade e o posicionamento da marca. A través de casos reais, simulacións e proxectos prácticos, traballaranse de primeira man os procesos e as principais ferramentas empregadas nos departamentos de produtos das empresas de moda, para desenvolver as diferentes estratexias de produto, establecer o papel do deseño, planificar a súa compra e avaliar o seu rendemento en ambientes omnicanais. DOCENTE: VIOLETA BOUZADA traballou en diferentes multinacionais do sector téxtil como compradora e xestora de produto. Comezou a súa carreira no téxtil despois de licenciarse no Executive Master in Fashion Business Management na ISEM Fashion Business School, traballando nos departamentos de venda polo miúdo e xestión de produtos de marcas como Hoss Intropia en Madrid, C&A International en Düsseldorf ou Tally Weijl en París. Ao longo da súa carreira participou no desenvolvemento de coleccións para diferentes modelos de negocio, desde a "moda rápida" ata a premium. Actualmente promocionando o OUI JANE! (ouijane.com), un proxecto de moda e xoias sostible no campo do emprendemento social.			

Competencias do título

Código	Competencias do título
A4	Dominar os fundamentos do deseño en xeral e do deseño da moda en particular, e enmarcalos no seu contexto histórico particular e xeral.
A5	Desenvolver as necesarias habilidades para a xeración de ideas creativas e innovadoras.
A6	Coñecer e manexar as ferramentas necesarias para a realización, conceptualización e lanzamento de coleccións.
A7	Coñecer a realidade e os condicionantes sociais que inflúen no mundo da moda, con perspectiva de evolución histórica.
A8	Ser capaz, con base no coñecemento do contorno social, de deseñar e pór en marcha estratexias de márketing eficaces, que consideren especialmente as variables de comunicación e distribución: mensaxes, medios, canles, relación co cliente etc...
A13	Coñecer o impacto da tecnoloxía nos distintos procesos da industria téxtil.
A15	Coñecer e asumir a perspectiva ética e os valores imprescindibles en que debe descansar o mundo da moda e as súas empresas.
A16	Incorporar criterios de sostibilidade nos procesos de toma de decisión da empresa (e por extensión aos mercados de moda).
A17	Saber implantar programas de responsabilidade social corporativa (nos mercados de moda).
A18	Coñecer as linguaxes plásticas e visuais no ámbito do deseño da industria da moda, para entender e interpretar as creacións artísticas de prendas de moda.
B1	Que o estudantado demostrase posuír e comprender coñecementos nunha área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral, e se adoita atopar a un nivel que, se ben se apoia en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo.
B2	Que o estudantado saiba aplicar os seus coñecementos ao seu traballo ou vocación dun xeito profesional e posúa as competencias que adoitan demostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.



B3	Que o estudantado teña a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
B4	Que o estudantado poida transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado.
B5	Que o estudantado desenvolvea aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía.
B6	Capacidade para a cooperación, o traballo en equipo e a aprendizaxe colaborativa en contornos interdisciplinares.
B7	Capacidade para analizar tendencias (razoamento crítico).
B8	Capacidade de planificación, organización e xestión de recursos e operacións.
B9	Capacidade de análise, diagnóstico e toma de decisións.
B10	Capacidade de comprensión da dimensión social e histórico-artística do deseño e a industria da moda, vehículo para a creatividade e a busca de solucións novas e efectivas.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C3	Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía respectuosa coa cultura democrática, os dereitos humanos e a perspectiva de xénero.
C5	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C7	Desenvolver a capacidade de traballar en equipos interdisciplinares ou transdisciplinares, para ofrecer propostas que contribúan a un desenvolvemento sostible ambiental, económico, político e social.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.
C9	Ter a capacidade de xestionar tempos e recursos: desenvolver plans, priorizar actividades, identificar as críticas, establecer prazos e cumprilos.

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias do título	
Coñecer o proceso de concepción, deseño, selección de materiais, produción e lanzamento de produtos de moda (têxteis, accesorios ...).	A4	B1	C3
	A5	B3	C4
	A6	B6	C5
	A7	B7	C7
	A13	B8	C8
	A15	B9	C9
	A16		
	A17		
	A18		
Adquirir os coñecementos e habilidades necesarios para a xestión de produtos de moda, así como as diferentes estratexias e ferramentas de xestión de produtos.	A4	B2	C1
	A5	B4	C3
	A6	B5	C4
	A8	B6	C5
	A13	B7	C7
	A15	B8	C8
	A16	B9	C9
	A17	B10	
	A18		

Contidos	
Temas	Subtemas



PARTE 1. Introducción á planificación, deseño e xestión de produto de moda.	1.1. Xestión de produto nos diferentes modelos de negocio de moda. Tendencias. 1.2. A figura do deseñador e do xestor de produto: áreas de intervención e funcións profesionais.
PARTE 2. Metodoloxías para a planificación, deseño e xestión de produto.	2.1. Segmentación do mercado desde a perspectiva do produto de moda. - Xestión de produto nos diferentes puntos da pirámide da moda. 2.2. O produto como elemento da estratexia da marca. - Transmisión de valores de marca a través do produto de moda. - Xestión sostible de produto de moda. - Análise da estratexia de produto omnicanal. 2.3. Desenvolvemento da estratexia do produto. - Estrutura de prezos, número de liñas, programas e profundidade. - Métricas para a planificación do produto. - Coordinación cos departamentos de mercadotecnia, visual, comercial e produción. 2.4. Planificación de compras. - Estratexias de subministración de moda. - O papel do xestor de produto na negociación cos provedores. 2.5. Xestión de produto no punto de venda. - Decisións comerciais baseadas en KPI de rendemento en liña e fóra de liña.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Actividades iniciais	B1 C5 C7 C9	7	0	7
Sesión maxistral	A4 A5 A6 A7 A8 A13 A15 A16 A17 A18 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 C3 C4 C5 C7 C8 C9	25	25	50
Proba obxectiva	B4 B7 B8 B9	3	25	28



Traballos tutelados	A4 A5 A6 A8 A13 A15 A16 A17 A18 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 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	Descrición	Cualificación
Sesión maxistral	A4 A5 A6 A7 A8 A13 A15 A16 A17 A18 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 C3 C4 C5 C7 C8 C9	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	A4 A5 A6 A8 A13 A15 A16 A17 A18 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10 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. 60% da notal final.	60
Proba obxectiva	B4 B7 B8 B9	30% da nota final. Proba obxectiva individual. No caso dunha proba de opción múltiple, cada resposta incorrecta podería reducir a puntuación final.	30

Observacións avaliación



1. SEGUNDA OPORTUNIDADE

Os criterios de avaliación aplicaránse tanto á primeira como á segunda oportunidade, incluídos estudantes Erasmus e de intercambio.

2. CONVOCATORIA ADIANTADA

As condicións de avaliación da oportunidade adiantada (art. 19 das Normas de Avaliación, Revisión e Reclamacións das Cualificacións dos Estudos de Grao e Mestrado Universitario) serán específicas para esta oportunidade. Esta será avaliada por medio dunha proba de resposta múltiple que suporá o 100 % da calificación final.

3. CALIFICACIÓN DE NON PRESENTADO

Corresponde ó alumnado cando solo participe en actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ó 20% sobre a cualificación final, con independencia da cualificación alcanzada.

4. ESTUDANTES CON RECOÑECEMENTO DE DEDICACIÓN A TEMPO PARCIAL E DISPENSA ACADÉMICA DE EXENCIÓN DE ASISTENCIA

Non se contempla esta posibilidade.

5. OUTRAS OBSERVACIÓNS DE AVALIACIÓN

Os estudantes que suspendan a proba de resposta múltiple recibirán a cualificación do examen como cualificación final en todas as oportunidades.

As calificacións obtidas polos estudantes na avaliación continua como resultado dos proxectos prácticos en equipo (ata 30%) e participación individual (ata 10%) serán válidas solo durante o curso académico en cuestión.

Está prohibido o acceso ás aulas de examen con calquer dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou almacenamento de datos (teléfonos móbiles, reloxos intelixentes, etc.).

O comportamento fraudulento en calquera dos apartados sometidos a avaliación suporá a cualificación de "Suspenso (0)" na avaliación final.

@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:3 0 0 0 1 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:"Times New Roman",serif;
mso-fareast-font-family:"Times New Roman";}.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;}
@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:3 0 0 0 1 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:"Times New Roman",serif;
mso-fareast-font-family:"Times New Roman";}.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	- Corbellini, E.; Saviolo, S. (2009). Management in Fashion and Luxury Companies. ETAS - www.businessoffashion.com (2021). The Business of Fashion. - Burns, L.; K. Mullet, K. (2020). The Business of Fashion: Designing, Manufacturing, and Marketing.. New York: Fairchild Books/Bloomsbury. - Misani, N.; Varacca Capello, P. (2017). Fashion Collections. Product Development and Merchandising..
Bibliografía complementaria	

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Deseño de Moda/710G03010
Tecnoloxía: Tecidos e Materiais/710G03023
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