



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|---|--------------------|---|----------|
| Datos Identificativos | | | 2022/23 | |
| Asignatura (*) | Tendencias Globais en Moda: Transformación Dixital e Sustentabilidade | Código | 710G03008 | |
| Titulación | | | | |
| Descriptorios | | | | |
| 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 | Crespo Pereira, Verónica Espineira González, Keina Raquel Rey García, Marta | Correo electrónico | veronica.crespo@udc.es keina.espineira@udc.es marta.reyg@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descrición xeral | A materia ten por obxectivo a aprendizaxe dunha perspectiva integral e internacional sobre a industria da moda, as súas cadeas de valor globalizadas e os modelos de negocio que coexisten nela, con especial atención ás últimas tendencias en materia de transformación dixital e sustentabilidade. | | | |

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

| 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 súas consecuencias | A8 | B7 B8 B9 | C3 |
| - Comprender os efectos da transformación dixital da distribución de moda para aproveitar as súas 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 A13 A15 A16 | B2 B3 B7 B8 B9 | C3 C7 C8 |

| 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 donde 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>A atención personalizada mediante titorías individuais e titorías en grupo reducido proporcionarase vía Teams, previa solicitude vía email/Moodle.</p> <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 titorías 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. A participación individual en seminarios, conferencias e sesións maxistras ou interactivas (ata 10% da calificación final) poderá avaliarse mediante control de asistencia e/ou participación, aleatorio ou non, e/ou mediante a realización de traballos tutelados específicos. | 10 |
| Proba de resposta múltiple | A8 B10 | <p>Realizaráse un examen tipo test, que poderá ser administrado vía Campus Virtual na aula, onde solo unha opción é correcta. As respostas incorrectas penalizan un tercio do valor das correctas. É estritamente necesario aprobar o examen (esto é, obter unha calificación igual ou superior a 5,00 nunha escala de 0-10) para aprobar a materia.</p> <p>Todos os materiais e contidos indicados no Campus Virtual e/ou tratados na aula, tanto presencial como virtualmente, 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



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 calificación final, con independencia da calificación 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 calificación do examen como calificación 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 calificación 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 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

- 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., Albareda, L., Rey-Garcia, M. and Seuring, S. (2019). Traceability for Sustainability? Literature Review and Conceptual Framework.. Supply Chain Management: An International Journal. Vol. 24(1) 85-106.
- GARCÍA-TORRES, Sofía, y REY GARCÍA, Marta (2020). Sostenibilidad para la competitividad de la industria de la moda española: hacia una moda circular, digitalizada, trazable y colaborativa. . En REY GARCÍA, Marta, Coord, Información Comercial Española (ICE), Revista de Economía, 912,
- 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
- McKinsey & Company (2019). https://cdn.businessoffashion.com/reports/The_State_of_Fashion_2019.pdf. The state of fashion 2019.
- Prahalad, C.K., Hart, S.L. (2002). The fortune at the bottom of the Pyramid. Strategy+Business, issue 26
- REY-GARCIA, M. Y FOLGUEIRA SUÁREZ, T. (2019). <http://www.catedrafundacionarecesdcuniovi.es/publicaciones-libros-publicados-es.html>. El reto de la moda sostenible
- 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
- Rey-García, M., Regueiro Otero, A., Mato-Santiso, V. (2018). "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
- 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.
- Aitken, Sally (). Seduction in the City: The birth of shopping. .
- Modaes.es. Fuente nacional de referencia (). <https://www.modaes.es>. Acceso contenidos premium vía Biblioteca Casa do Patín UDC
- The Business of Fashion. Revista internacional de referencia (). <https://www.businessoffashion.com>. Acceso via Biblioteca Casa do Patín UDC

Bibliografía complementaria

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