



## Guía Docente

Datos Identificativos					2023/24
Asignatura (*)	Taller 5: Xestión de Tendencias e Coleccións			Código	710G03036
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda				
Descritores					
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	<a href="http://gradoindustrialmoda.udc.gal/">http://gradoindustrialmoda.udc.gal/</a>				
Descrición xeral	<p>No Obradoiro de Xestión de Tendencias de moda e Coleccións, o estudiantado 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 Teixidors, 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>				

## Competencias do título

Código	Competencias do título
A2	Coñecer os aspectos da contorna que inflúen na evolución do mundo da moda e as súas empresas, con especial incidencia no impacto das cuestións económicas e legais.
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...
A19	Capacidade para a recollida, selección e análise de fluxos de información, integración destes nos sistemas e procesos de xestión da información da empresa, e aplicación á toma de decisións estratéxicas e operativas, sempre desde unha perspectiva ética.
B1	Que o estudiantado 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 estudiantado 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 estudiantado 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 estudiantado poida transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado.
B5	Que o estudiantado 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.
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, 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
Coñecer 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



<p>1. Creatividade, innovación, tendencias e Design&amp;Visual Thinking.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conceptos de creatividade e innovación centrados na creación de coleccións de moda.</li> <li>- Introducción aos principios do Design Thinking como guía e soporte durante as diferentes etapas do proceso de creación dunha colección.</li> <li>Punto de partida- : enfoque para comezar a recollida, análise de situación e contexto, definición de necesidades e obxectivos, programación de proxectos.</li> </ul>
<p>2. Introducción á análise de tendencias e coolhunting na industria da moda.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Que é Coolhunting: de onde vimos e onde estamos.</li> <li>- Innovación, grupos obxectivo, trazabilidade, estilo de rúa e puntos urbanos de moda.</li> <li>- Tendencias e contexto. Tipos de tendencias.</li> <li>- Obxectivo da busca de Tendencias: recursos, fontes e ferramentas.</li> </ul>
<p>3. Design Thinking e Coolhunting.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pensamento centrado no usuario. A empatía como ferramenta básica para a innovación.</li> <li>- O moodboard: obxectivos, para que serve, quen traballará con el, cando se usará.</li> <li>- Cómo transferir Tendencias a Moodboard.</li> <li>- Tipos de Moodboard; representar e explicar ideas sobre diferentes aspectos (atmosfera, cor, materiais, texturas, siluetas, etc.)</li> </ul>
<p>4. Metodoloxías de análise de tendencias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Detectar, identificar e analizar Tendencias.</li> <li>- Deseño, redacción e presentación dun informe Coolhunting.</li> <li>- Estruturação de ideas e información para a presentación de propostas iniciais de coleccións segundo a análise de tendencias realizadas.</li> </ul>
<p>5. Ferramentas de Coolhunting.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Selección de recursos de inspiración: onde buscar fontes e ferramentas inspiradoras para o traballo creativo.</li> <li>- Fontes, contornos e experiencias especializadas.</li> <li>- Recursos offline e online.</li> <li>- Ferramentas sociais: influencers e xestión de contidos.</li> </ul>

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / 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 profesorado supervisará a asistencia ás conferencias; A asistencia regular é un requisito imprescindible no procedemento de avaliación e non pode ser substituída por outras actividades.
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 estudantado poderá facer calquera pregunta mentres traballa nos estudos de caso ou nas lecturas que deben presentar.
Traballos tutelados	Tamén poden facer preguntas sobre temas explicados na clase. O profesorado ten asignadas disponibilidades para realizar tutorías.
Actividades iniciais	
Proba obxectiva	

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Sesión maxistral	A2 A4 A5 A6 A7 A8 A19 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9 C8	ASISTENCIA e PARTICIPACIÓN INDIVIDUAL: 10% da nota final. A participación e asistencia ás clases maxistras, 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 suxeición ao tempo da presentación, así como a defensa ante as preguntas que se realizan. 60% da nota 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



## 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 empregarase 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 obradoiro 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 estudantado 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

<b>Bibliografía básica</b>	Harriet Posner. Marketing de moda. 2a edición. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL, 2016 Alison Gwilt. Moda Sostenible. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL, 2014.
<b>Bibliografía complementaria</b>	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. <a href="http://www.wgsn.com">www.wgsn.com</a> . <a href="http://www.wwd.com">www.wwd.com</a> . <a href="http://www.britishfashioncouncil.co.uk">www.britishfashioncouncil.co.uk</a> . <a href="http://www.fashionnetwork.com">www.fashionnetwork.com</a> . <a href="http://www.businessoffashion.com">www.businessoffashion.com</a> . <a href="http://www.drapersonline.com">www.drapersonline.com</a> . <a href="https://www.vogue.com/fashion-shows">https://www.vogue.com/fashion-shows</a> . <a href="https://www.peclersparis.com">https://www.peclersparis.com</a> . <a href="https://www.modacable.com">https://www.modacable.com</a> . <a href="http://www.instagram.com">www.instagram.com</a> . <a href="http://www.pinterest.com">www.pinterest.com</a> . <a href="https://fashioneditorials.com">https://fashioneditorials.com</a> . <a href="https://fitnyc.libguides.com/forecasting">https://fitnyc.libguides.com/forecasting</a> 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. <a href="http://www.wgsn.com">www.wgsn.com</a> . <a href="http://www.wwd.com">www.wwd.com</a> . <a href="http://www.britishfashioncouncil.co.uk">www.britishfashioncouncil.co.uk</a> . <a href="http://www.fashionnetwork.com">www.fashionnetwork.com</a> . <a href="http://www.businessoffashion.com">www.businessoffashion.com</a> . <a href="http://www.drapersonline.com">www.drapersonline.com</a> . <a href="https://www.vogue.com/fashion-shows">https://www.vogue.com/fashion-shows</a> . <a href="https://www.peclersparis.com">https://www.peclersparis.com</a> . <a href="https://www.modacable.com">https://www.modacable.com</a> . <a href="http://www.instagram.com">www.instagram.com</a> . <a href="http://www.pinterest.com">www.pinterest.com</a> . <a href="https://fashioneditorials.com">https://fashioneditorials.com</a> . <a href="https://fitnyc.libguides.com/forecasting">https://fitnyc.libguides.com/forecasting</a>

## 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



-Segundo se recolle nas distintas normativas de aplicación para a docencia universitaria deberase incorporar a perspectiva de xénero nesta materia (usarase linguaxe non sexista, utilizarase bibliografía de autores/as de ambos sexos, propiciarse a intervención en clase de alumnos e alumnas...)-Traballárase para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas e influírse na contorna para modificalos e fomentar valores de respecto e igualdade.-Deberanse detectar situacións de discriminación por razón de xénero e proporanse acción e medidas para corrixilas.

```
@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;}@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-font-kerning:1.0pt;
mso-ligatures:standardcontextual;
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;}
```





(\*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