UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guia docente				
Datos Identificativos				2023/24
Asignatura (*)	Taller 4: Planificación, Diseño y Gestión de Producto de Moda		Código	710G03035
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda			
Descriptores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	1º cuatrimestre	Cuarto	Optativa	6
Idioma	Inglés			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinador/a	Rey García, Marta	Correo electrónico	marta.reyg@udc.es	
Profesorado	Rey García, Marta	Correo electrónico	marta.reyg@udc.es	
Web	http://gradoindustrialmoda.udc.gal/			
Descripción general	El principal objetivo del Taller de Planificación, Diseño y Gestión de Producto de Moda es aportar al estudiantado una visión estratégica sobre cómo se desarrolla la labor de gestión de producto en una empresa minorista de moda, teniendo en cuenta el modelo y las cifras de negocio, los valores, el nivel de sostenibilidad y el posicionamiento de la marca. A través de casos reales, simulaciones y proyectos prácticos, se trabajarán de primera mano los procesos y las principales herramientas analíticas y de gestión que se emplean en los departamentos de producto de las empresas de moda, para desarrollar las distintas estrategias de producto, coordinar el rol del diseño, planificar la compra y evaluar el desempeño en entornos omnicanal, a través de la combinación de aspectos cualitativos y cuantitativos como los indicadores de rendimiento. DOCENTE: VIOLETA BOUZADA ha trabajado en distintas multinacionales del sector textil como compradora y product manager. Inició su trayectoria en el textil tras graduarse en el Máster Ejecutivo en Dirección de Empresas de Moda de ISEM Fashion Business School, trabajando en los departamentos de retail y gestión de producto de marcas como Hoss Intropia en Madrid, C&A International en Düsseldorf o Tally Weijl en Paris. A lo largo de su carrera ha participado en la elaboración de colecciones para distintos modelos de negocio, desde "fast fashion" hasta premium. Actualmente impulsa la marca OUI JANE! (ouijane.com), un proyecto de moda y joyería sostenible en el campo del emprendimiento social.			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A4	Dominar los fundamentos del diseño en general y del diseño de moda en particular, y enmarcarlas en su contexto histórico particular y general.
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, ...
A13	Conocer el impacto de la tecnología en los diferentes procesos de la industria textil.
A15	Conocer y asumir la perspectiva ética y los valores esenciales sobre los que debe descansar el mundo de la moda y sus empresas.
A16	Incorporar criterios de sostenibilidad en los procesos de toma de decisiones de la compañía (y por extensión a los mercados de la moda).
A17	Saber implementar programas de responsabilidad social corporativa (en los mercados de la moda).
A18	Conocer los lenguajes plásticos y visuales en el campo del diseño de la industria de la moda, comprender e interpretar las creaciones artísticas de las prendas de moda.
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
B10	Capacidad de comprensión de la dimensión social e histórico-artística del diseño y la industria de la moda, vehículo para la creatividad y la búsqueda de soluciones nuevas y efectivas.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C3	Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
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 el proceso de concepción, diseño, selección de materiales, producción y lanzamiento de productos de moda (textiles, complementos ...).	A4 A5 A6 A7 A13 A15 A16 A17 A18	B1 B3 B6 B7 B8 B9	C3 C4 C5 C7 C8 C9
Adquirir el conocimiento y habilidades necesarias para la Dirección de Producto de Moda, así como las diferentes estrategias y herramientas de gestión de producto.	A4 A5 A6 A8 A13 A15 A16 A17 A18	B2 B4 B5 B6 B7 B8 B9 B10	C1 C3 C4 C5 C7 C8 C9

Contenidos	
Tema	Subtema

PARTE 1. Introducción a la planificación, diseño y gestión de producto de moda.	1.1. La gestión de producto en los distintos modelos de negocio de moda. Tendencias. 1.2. La figura del diseñador y del gestor de producto: áreas de intervención y roles profesionales.
PARTE 2. Metodologías para la planificación, diseño y gestión de producto.	2.1. Segmentación de mercado desde la perspectiva del producto de moda. - La gestión de producto en los distintos puntos de la pirámide de la moda. 2.2. El producto como elemento de la estrategia de marca. - Transmisión de los valores de marca a través del producto de moda. - Gestión de producto de moda sostenible. - Análisis de la estrategia de producto omnicanal. 2.3. Desarrollo de la estrategia de producto. - Estructura de precios, número de líneas, programas y profundidad. - Métricas para la planificación de producto. - Coordinación con departamentos de marketing, visual, comercial y producción. 2.4. Planificación de compras. - Estrategias de aprovisionamiento en moda. - El papel del responsable de producto en la negociación con proveedores. 2.5. Gestión de producto en el punto de venta. - Decisiones comerciales a partir de KPIs de desempeño online y offline.

Planificación				
Metodologías / pruebas	**Competencias / Resultados**	**Horas lectivas (presenciales y virtuales)**	**Horas trabajo autónomo**	**Horas totales**
Actividades iniciales	B1 C5 C7 C9	7	0	7
Sesión magistral	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
Prueba objetiva	B4 B7 B8 B9	3	25	28
Trabajos 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
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	**Descripción**
Actividades iniciales	Sesiones de coordinación, presentación de profesionales y establecimiento de la planificación de la asignatura (horarios, contenidos, prácticas,etc.).
Sesión magistral	Los contenidos del programa teórico de la asignatura se introducirán en sesiones participativas apoyadas en medios audiovisuales. El profesorado supervisará la asistencia a las sesiones; La asistencia regular es un requisito imprescindible en el procedimiento de evaluación que no puede ser compensado con otras actividades.
Prueba objetiva	Prueba escrita utilizada para la evaluación del aprendizaje que puede combinar diferentes tipos de preguntas: opción múltiple con posible penalización de errores (hacer una pregunta en forma de pregunta directa o enunciado incompleto con varias opciones o alternativas de respuesta de las cuales solo una es válida), ensayo (preguntas de cierta amplitud por escrito en las que se valora que se da la respuesta esperada, combinada con la capacidad de razonar (argumentar, relacionar, etc.). También se puede construir con un solo tipo de cualquiera de estas preguntas.
Trabajos tutelados	Trabajos individuales y en grupo, donde se ponen en práctica y se aplican los conocimientos teóricos adquiridos.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Sesión magistral Trabajos tutelados Actividades iniciales Prueba objetiva	Los estudiantes podrán hacer cualquier pregunta mientras trabajan en los estudios de caso o las lecturas que deben enviar. También pueden hacer preguntas sobre temas explicados en clase. A los docentes y al profesor coordinadoro coordinador se les asigna disponibilidad para realizar tutorías.

Evaluación			
Metodologías	**Competencias / Resultados**	**Descripción**	**Calificación**
Sesión magistral	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 y PARTICIPACIÓN: 10% de la nota final. La participación y asistencia a las clases magistrales, así como a las clases prácticas, supondrá el 10% de la nota final.	10
Trabajos 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 y presentación de trabajos y proyectos donde se aplican contenidos y aprendizajes adquiridos. Los criterios de evaluación incluyen la comprobación de la inclusión y aplicación de la parte teórica, la calidad y la claridad de los trabajos y su presentación. En caso de exigencia de exposición oral, se valorarán la claridad, la calidad, la creatividad y sujeción al tiempo de la presentación, así como la defensa ante las preguntas que se puedan realizar. 60% de la nota final.	60
Prueba objetiva	B4 B7 B8 B9	30% de la nota final. Prueba objetiva individual. En caso de prueba tipo test de múltiple opción, cada respuesta incorrecta podría reducir la puntuación final.	30

Observaciones evaluación

Evaluación 1ª Oportunidad.
En el desarrollo de la parte práctica (trabajos en equipo / proyectos) (60% de nota final) se evaluará: aplicación de las bases teóricas, calidad de presentación, precisión y claridad de exposición y calidad de las respuestas, fuentes primarias y secundarias utilizadas y bibliográficas revisión.
Para la evaluación de la parte teórica se utilizará el examen (30% de nota final), combinando el modelo de tipo test (opción múltiple, donde los errores pueden reducir la nota) con preguntas de desarrollo.
Dedicación a tiempo parcial y exención académica (exención de asistencia): esta posibilidad no está contemplada. El taller es presencial, por lo que la asistencia es obligatoria.
El proceso de evaluación de la 2ª oportunidad exige la entrega de un proyecto final individualizado (60% de la nota final) y la realización de una prueba objetiva (40% de la nota final) que combina preguntas tipo test y de desarrollo.
En caso de convocatoria extraordinaria, se exige la entrega de un proyecto final individualizado (60% de la nota final) y la realización de una prueba objetiva (40% de la nota final) que combina preguntas tipo test y de desarrollo.
Se considerará como ?No presentado? (NP) al estudiante que, estando matriculado, no haya participado en las distintas actividades de evaluación (continua/práctica y/o examen/prueba) que se establecen para el año académico.
PLAGIO/COPIA. La realización fraudulenta de las pruebas o actividades de evaluación implicará directamente la cualificación de suspenso (0) en la materia en la convocatoria correspondiente, invalidando así cualquier cualificación obtenida en todas las actividades de evaluación de cara a la convocatoria extraordinaria.
La asistencia a todas las sesiones del taller es obligatoria.Se requerirá un mínimo de asistencia del 90% de las horas impartidas. Esterequisito será condición necesaria para superar la 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;}

Fuentes de información	
Básica	- Corbellini, E.; Saviolo, S. (2009). Management in Fashion and Luxury Companies. ETAS - Misani, N.; Varacca Capello, P. (2017). Fashion Collections. Product Development and Merchandising..
Complementária	- www.businessoffashion.com (). The Business of Fashion.. - Burns, L.; K. Mullet, K. (2020). The Business of Fashion: Designing, Manufacturing, and Marketing.. New York: Fairchild Books/Bloomsbury.

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Diseño de Moda/710G03010 Tecnología: Tejidos y Materiales/710G03023 Gestión Sostenible de la Cadena de Valor de la Moda/710G03018 Marketing e Investigación de Mercados de Moda/710G03012 Fundamentos de Diseño Artístico de la Moda/710G03002
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Gestión de la Innovación Industrial en Moda/710G03029 Dirección Estratégica de la Empresa de Moda/710G03030
Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios

-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, propiciarase a intervención en clase de alumnos e alumnas...)-Traballarase para identificar e modificar prexuízos e actitudes
sexistas e influirase 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;}

(*) 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