



Guía docente

Datos Identificativos					2024/25
Asignatura (*)	Estrategias de Promoción en Moda II: Publicidad y Relaciones Públicas			Código	710G03027
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda				
Descritores					
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos	
Grado	2º cuatrimestre	Tercero	Obligatoria	6	
Idioma	Inglés				
Modalidad docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Empresa				
Coordinador/a	Crespo Pereira, Verónica	Correo electrónico	veronica.crespo@udc.es		
Profesorado	Crespo Pereira, Verónica	Correo electrónico	veronica.crespo@udc.es		
Web	humanidades.udc.es/estudios/gim				
Descripción general	La asignatura se inserta en el estudio de las relaciones públicas desde el punto de vista conceptual, estratégico y táctico para la elaboración y gestión de campañas de relaciones públicas y planes de comunicación de crisis.				

Competencias / Resultados del título

Código	Competencias / Resultados del título
A3	Desarrollar destrezas para las relaciones interpersonales y la interacción con agentes del entorno e interno (clientes, proveedores, medios, colaboradores, ...)
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, ...
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.
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		
Identificar las diferencias entre las relaciones públicas y la publicidad e identificar sus características e implicaciones en el desarrollo de la comunicación de una empresa de moda.	A3 A8	B1 B2 B4	C1 C3
Identificar y analizar los sujetos que intervienen en la actividad de las relaciones públicas y la publicidad, reconociendo los roles profesionales de la disciplina y sus particularidades.	A3	B6	C4 C5 C7
Crear notas de prensa y organizar ruedas de prensa	A3	B3 B7 B9	C7 C8
Diseñar e implementar un proyecto digital (redes sociales y sitio web).	A8	B2 B3 B4 B5 B6 B7 B8 B9	C3 C9

Contenidos	
Tema	Subtema
Tema 1: Introducción a la práctica de las relaciones públicas y la publicidad en la moda	1.1. Concepto de las RR.PP. y la publicidad. 1.2. Historia de las RR.PP. y los cuatro modelos de RR.PP. 1.3. Funciones de las RR.PP. 1.4. Gestión de los públicos, opinión pública. 1.5. El departamento de comunicación y roles profesionales. 1.6. Las agencias de relaciones públicas y de publicidad.
Tema 2: Planificación estratégica y operativa de las Relaciones Públicas y Publicidad online	2.1. El plan de marketing digital y de redes sociales. 2.2. Owned media. 2.3. Earned media. 2.4. Publicidad: Paid media. 2.5. Monitorización.
Tema 3: Organización de eventos e protocolo	3.1. Los eventos corporativos como herramienta de marketing. 3.2. Tipos de eventos en la industria de la moda. 3.3. El fashion show. 3.4. La International Fashion Week. 3.5. Producción y comunicación de un evento de moda. 3.6. Figuras profesionales en la producción del evento. 3.7. Protocolo empresarial.
Tema 4: Relaciones con los medios	4.1. Los medios de comunicación en la industria de la moda. 4.2. Relaciones con los medios. 4.3. Press materials.

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Presentación oral	B6 C5 C8	6	12	18



Trabajos tutelados	B2 B3 B4 B5 B8 B9 C1 C3 C9	15	37.5	52.5
Prueba de respuesta múltiple	A8 B1	1	0	1
Aprendizaje servicio	A3 B3 C3 C7	0	3	3
Sesión magistral	A3 A8 B7 C4	21	52.5	73.5
Atención personalizada		2	0	2

(*Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Presentación oral	Los alumnos realizarán diferentes presentaciones orales a lo largo del curso que serán evaluables
Trabajos tutelados	En los trabajos tutelados los alumnos recibirán unas instrucciones por parte del docente para guiar el trabajo práctico. Deberán elaborar, por grupos, diversos trabajos que serán desarrollados tanto en el aula (sesión interactiva) como fuera de ella (trabajo autónomo) y su evidencia será la presentación por escrito a lo largo de diversas entregas durante el curso.
Prueba de respuesta múltiple	Examen tipo test de respuesta múltiple donde solo una opción es correcta. Las respuestas incorrectas penalizarán.
Aprendizaje servicio	Os alumnos, de forma voluntaria, poderán realizar unha APS mediante a creación dun proxecto tutelado desde unha perspectiva social. Non existe diferenza entre as entregas e criterios de avaliación entre o proxecto solicitado baixo a metodoloxía "traballo tutelado" e o APS. A actividade de "aprendizaxe-servicio" e a actividade de "traballos tutelados" son excluíntes, polo que os alumnos deberán elixir entre realizados unha ou outra actividade.
Sesión magistral	Se expondrán en clase los fundamentos teóricos de la asignatura mediante el uso de apoyo visual y audiovisual.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	<p>Si se presenta alguna duda relativa al material explicado en clase, se disponen de horas de tutoría a tal efecto. Para el alumnado con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia, se acordará un horario específico de tutorías, compatible con su dedicación.</p> <p>ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD:</p> <p>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.</p>

Evaluación			
Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	Calificación
Presentación oral	B6 C5 C8	<p>Los alumnos presentarán oralmente el proyecto digital al final de curso y se valorará sobre 0.5 puntos.</p> <p>Otro 0.5 puntos vendrá de la participación en las presentaciones mensuales que se realicen, así como otras actividades que se lleven a cabo en la clase (notas de prensa...).</p>	10



Prueba de respuesta múltiple	A8 B1	<p>Prueba individual de elección múltiple con una sola respuesta correcta. Las respuestas incorrectas penalizarán.</p> <p>Todos los materiales y contenidos impartidos y tratados en el aula, ya sea virtual como presencialmente, podrán formar parte de las preguntas del examen. El examen, de carácter individual, deberá prepararse empleando todos los materiales disponibles en la plataforma virtual, es decir, no solo hacer uso de las diapositivas, sino también de las lecturas, materiales audiovisuales y notas que se tomen en el aula.</p> <p>Es necesario que los alumnos aprueben el examen, es decir, obtener una calificación igual o superior a 2,5 sobre un máximo de 5 puntos.</p>	50
Trabajos tutelados	B2 B3 B4 B5 B8 B9 C1 C3 C9	<p>Por grupos, los alumnos deberán idear y ejecutar un proyecto digital. Los alumnos deberán trabajar en el mismo durante todo el curso.</p> <p>Durante este, los alumnos presentarán un reporte mensual de resultados. Se valorará la capacidad de los alumnos para monitorizar los resultados obtenidos y para identificar e implementar estrategias que mejoren sus resultados. El total de puntos alcanzados para este proyecto es de 3.</p> <p>Los estudiantes también organizarán un evento que se evaluará por un total de 1 punto.</p>	40
Aprendizaje servicio	A3 B3 C3 C7	<p>Los alumnos que decidan voluntariamente realizar APS trabajarán en un proyecto digital. Con la APS, los alumnos llevarán a cabo un proyecto de contenido social que aborde los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible).</p> <p>Los estudiantes deberán trabajar en el mismo durante todo el curso. Durante este tiempo, los estudiantes presentarán un informe mensual de resultados. Se valorará la capacidad de los estudiantes para monitorear los resultados obtenidos e identificar e implementar estrategias que mejoren sus resultados.</p> <p>Como se mencionó en la sección de metodología, la actividad de "aprendizaje-servicio" y la actividad de "trabajos tutelados" son excluyentes, por lo que los estudiantes deberán elegir entre una u otra actividad. De esta manera, el total de puntos obtenidos para este proyecto de APS es de 3. Los estudiantes también organizarán un evento que será evaluado con un total de 1 punto.</p>	0

Observaciones evaluación



NORMATIVA

Todos los aspectos relacionados con la "dispensa académica", "dedicación al estudio", "permanencia" y "fraude académico" se regirán de acuerdo con la normativa académica vigente de la UDC.

TIPOS DE CALIFICACIÓN

a) **CALIFICACIÓN DE NO PRESENTADO** Corresponde al alumnado cuando solo participe en actividades de evaluación que tengan una ponderación inferior al 20% sobre la calificación final, con independencia de la calificación alcanzada.

b) **ESTUDIANTES CON RECONOCIMIENTO DE DEDICACIÓN A TIEMPO PARCIAL Y DISPENSA ACADÉMICA DE EXENCIÓN DE ASISTENCIA**
Los alumnos con "dispensa académica de exención de asistencia" requerirán una presentación oral (10% de la puntuación), un trabajo escrito final (40% de la puntuación) y un examen (50% de la puntuación). El trabajo práctico deberá realizarse de forma autónoma. Los alumnos con dispensa podrán defender oralmente su proyecto de forma en línea si así lo solicitan. Para superar la asignatura deberá alcanzarse en el examen final un mínimo de 2,5 puntos sobre 5, así como en la parte práctica (presentación oral y trabajo escrito) un mínimo de 2,5 puntos sobre 5. La nota final será la suma de ambas partes.

OPORTUNIDADES DE EVALUACIÓN

A. PRIMERA Y SEGUNDA OPORTUNIDAD

Para aprobar la materia los alumnos deberán aprobar tanto el examen final como el trabajo final con un mínimo de 2,5 sobre 5 para cada una de las partes mencionadas. El mínimo para aprobar es de 5 puntos resultante de la suma de las dos partes. En caso de suspender alguna de las dos partes, en el acta se reflejará la nota de la parte suspendida evaluada aplicando una escala de 0 a 10. En caso de suspender ambas partes, en el acta se reflejará aquella con mayor puntuación en una escala de 0 a 10.

El sistema y las fechas oficiales de evaluación se aplicarán a todo el estudiantado de la materia, incluyendo estudiantes Erasmus y de intercambio. Los alumnos que superaron la materia no podrán acudir a la segunda oportunidad para subir nota. Los criterios de evaluación para la segunda oportunidad serán los mismos que los de la primera.

Quien no superara la materia en la primera oportunidad deberá regirse por los siguientes criterios:

- a) Aprobado el proyecto y suspenso el examen. Los alumnos deberán repetir el examen (50% de la nota). Estos alumnos podrán presentar nuevamente el proyecto, de otro modo, se mantendrá la nota obtenida en la primera oportunidad. El proyecto para entregar en la segunda oportunidad deberá respetar los contenidos demandados en la primera oportunidad y no será defendido oralmente. El peso ponderado del proyecto será del 50%.
- b) Suspenso el proyecto y aprobado el examen. El proyecto para entregar en la segunda oportunidad deberá respetar los contenidos demandados en la primera oportunidad y no será defendido oralmente. El peso ponderado del proyecto será del 50%. Los estudiantes podrán repetir el examen (50% de la nota), de otro modo, se mantendrá la nota obtenida en la primera oportunidad.
- c) Suspenso el proyecto y el examen. Deberán repetirse ambas partes. El proyecto para entregar en la segunda oportunidad deberá respetar los contenidos demandados en la primera oportunidad y no será defendido oralmente. El peso ponderado del proyecto será del 50%. El del examen será del 50%.

B. Para la oportunidad adelantada, la evaluación será un examen tipo test (prueba objetiva de respuesta múltiple) (100% nota) con varias alternativas de respuesta, donde los errores penalizarán.

Fuentes de información

Básica	<ul style="list-style-type: none"> - Aaker, D. (1991). Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name. New York: Free Press - Chevalier, M. and Mazzavolo, G. (2008). Luxury Brand Management: A World of Privilege. John Wiley and Sons - Garre, O. (2018). Marketing y comunicación de moda, lujo y lifestyle. CEU, Madrid - Graham, B. (2018). Promocionar la moda: comunicación, marketing y publicidad. Promopress - Lea-Greenwood, G. (2013). Fashion Marketing Communications. Wiley - Martínez-Navarro, G. (2017). Marketing y comunicación de moda. ESIC - Mitterfellner, O. (2019). Fashion Marketing and Communication: Theory and Practice Across the Fashion Industry. Routledge - Posner, H. (2016). Marketing de moda. Gustavo Gill
Complementaria	

Recomendaciones



Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Estrategias de Promoción en Moda I: Comunicación/710G03021
Marketing e Investigación de Mercados de Moda/710G03012
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario
Estrategias de Promoción en Moda I: Comunicación/710G03021
Otros comentarios

(*) 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