



Guía Docente				
Datos Identificativos				2024/25
Asignatura (*)	Negocio Dixital da Moda		Código	710G03031
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda			
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Cuarto	Obrigatoria	6
Idioma	Inglés			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinación	Mato Santiso, Vanessa	Correo electrónico	vanessa.mato@udc.es	
Profesorado	Mato Santiso, Vanessa	Correo electrónico	vanessa.mato@udc.es	
Web	<a href="https://humanidades.udc.es/estudos/gim">https://humanidades.udc.es/estudos/gim</a>			
Descrición xeral	O obxectivo principal desta materia é ensinar ao estudiantado as características básicas e o funcionamento dun negocio dixital no sector da moda, as oportunidades do comercio electrónico, as infraestruturas e as tecnoloxías no negocio dixital, os factores chave dun contorno dixital, as principais estratexias, os efectos de dixitalización na cadea de subministración do sector da moda, etc. Ademais, estudarase o mercado da moda dixital, así como a xestión adecuada da transformación dun negocio físico a un negocio dixital.			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
A1	Coñecer os fundamentos básicos de xestión dunha empresa de téxtil/moda, tanto a nivel estratéxico como operativo e funcional.
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.
A3	Desenvolver destrezas para as relacións interpersoais e a interacción con axentes do contorno e interno (clientes, provedores, medios, colaboradores...).
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...
A9	Dominar o proceso lóxico dunha empresa de moda desde unha perspectiva global, abarcando desde o aprovisionamento ata o proceso produtivo e mais o transporte, con especial incidencia nos procesos principais propios da industria téxtil: selección de tecidos e materiais, padronaxe, confección etc....
A11	Ter unha perspectiva internacional do sector da moda e dominar ferramentas de planificación e xestión das estratexias de internacionalización posibles.
A13	Coñecer o impacto da tecnoloxía nos distintos procesos da industria téxtil.
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 desenvolvera 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.
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 / Resultados do título		
Coñecer os fundamentos básicos da xestión dun negocio dixital no sector da moda.	A1 A2 A3 A5 A6 A7 A8	B1 B2 B3 B5 B8	C8 C9
Coñecer o impacto das novas ferramentas, procesos e plataformas na estratexia dixital das empresas de moda.	A1 A2 A3 A6 A7	B1 B2 B3 B8	C1
Coñecer os factores do contorno dixital que inflúen nun negocio de moda e as principais estratexias comerciais dixitais.	A1 A2 A3 A6 A7 A8 A9 A11 A13	B1 B2 B3 B4 B8 B9	C1 C4
Ser capaz de xestionar a transformación empresarial cara a un negocio dixital no sector da moda.	A2 A3 A5 A6 A7 A8 A11 A13	B1 B2 B3 B4 B5 B7 B8 B9	C1 C5 C8 C9



Ser capaz de traballar en equipo, desenvolver a capacidade de analizar e sintetizar información, desenvolver o pensamento crítico e mellorar as habilidades de comunicación á hora de crear e transmitir ideas.	A3	B1	C1
	A5	B2	C4
	A6	B3	C7
	A7	B4	C8
	A8	B5	C9
		B6	
		B7	
		B8	
		B9	

Contidos	
Temas	Subtemas
I: Introducción ao negocio dixital da moda.	Introdución ao negocio dixital. Análise de oportunidades para empresas dixitais e comercio electrónico na industria da moda.
II: Implantación e xestión de negocios dixitais na industria da moda.	Xestión da infraestrutura dixital empresarial. Factores chave na contorna dixital. Estratexia comercial dixital. Efectos da dixitalización e as novas tecnoloxías na xestión da cadea de subministración. Impacto da Intelixencia Artificial (IA) no negocio dixital da moda.
III: Mercado dixital de moda e xestión da transformación dixital.	Mercado dixital da moda. Xestión de produtos dixitais de moda. Xestión das relacións cos consumidores dixitais. Deseño de servizos dixitais e experiencia do cliente. Transformación dixital: cara a unha maior dixitalización do negocio.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Estudo de casos	A1 A2 A6 A7 A8 A9 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C1 C4 C7 C8 C9	16	8	24
Sesión maxistral	A1 A2 A7 A8 A11 A13 B1 B2 C5 C7 C8 C9	21	15	36
Traballos tutelados	A3 A5 A6 A8 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C1 C4 C8 C9	4	22	26
Presentación oral	B4 C1	2	4	6
Proba de resposta múltiple	A1 A2 A3 A6 A7 A8 B1 B2 B3 B4 B5 B8 B9 C1 C9	2	20	22
Seminario	A1 A2 A3 B3 C4 C5 C8	2	0	2
Lecturas	A1 A2 A6 A7 B3 C8	0	20	20
Discusión dirixida	A1 A3 A5 B3 B4 B5 B6 B7 B9 C1 C4	8	6	14
Atención personalizada		0		0



\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Resolución, individual ou en grupo, de casos prácticos propostos polo profesorado. Estes casos prácticos detallaranse ao longo do curso, a medida que se avance na materia.
Sesión maxistral	Presentación dos contidos que compoñen o programa da materia mediante exposición oral, guiada co uso de presentacións, axudas audiovisuais e a introdución de preguntas dirixidas ao alumnado co fin de promover a aprendizaxe e a xeración de coñecemento.
Traballos tutelados	Realización dun traballo/proxecto en equipo e posterior presentación oral plenaria do mesmo (pode ser presencial ou virtual a través de Teams, o profesorado confirmarao ao longo do curso). O contido e as características deste traballo daranse a coñecer aos alumnos nas primeiras sesións da materia.
Presentación oral	Presentación oral (individual ou en grupo) do proxecto supervisado, dos traballos realizados na aula ou de casos prácticos, que tamén deberán entregarse por escrito.
Proba de resposta múltiple	Proba de elección múltiple de elección múltiple onde só unha opción é correcta e as respostas incorrectas penalizan.
Seminario	Realización dun seminario con profesionais do sector da moda expertos na materia, sempre que sexa posible (se se realiza, o profesorado informará aos estudantes con antelación sobre o lugar, a data e a hora do seminario).
Lecturas	Lecturas sobre diferentes temas para tratar e/ou afondar no temario da materia.
Discusión dirixida	Mediante esta metodoloxía abordaranse diferentes temas da materia co obxectivo de que os estudantes reflexionen sobre diferentes aspectos e adopten unha posición crítica.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Presentación oral Traballos tutelados	<p>A atención personalizada descrita desenvolverase principalmente en torno ao traballo tutelado, e concíbese como momentos de traballo persoal co profesorado da materia para a atención e seguimento do traballo realizado por cada un dos grupos de traballo. Recoméndase a asistencia do alumnado a estas reunións, cuxa forma e momento concretos nos que terá lugar se indicarán ao longo do curso en función do plan de traballo da materia. Con todo, durante o curso o alumnado poderá empregar as horas de tutorías para aclarar dúbidas e cuestións sobre a materia.</p> <p>O alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial, segundo establece a "Norma que regula o réxime de dedicación ao estudo dos estudantes de Grado na UDC" (Arts. 3.b e 4.5) realizará as súas actividades coa asistencia e participación nas dinámicas que se recollen nos apartados de "Planificación" e na "Atención personalizada", a través dos grupos de traballo que se conformen na materia. A actividade realizarase atendendo ás observacións de avaliación sobre a flexibilidade de asistencia-participación e os requisitos para superar a materia.</p> <p><b>ATENCIÓN Á DIVERSIDADE:</b></p> <p>A materia poderá ser adaptada ao estudantado que precise a adopción de medidas encamiñadas ao apoio á diversidade (física, visual, auditiva, cognitiva, de aprendizaxe ou relacionada coa saúde mental). De ser o caso, deberán contactar cos servizos dispoñibles na UDC/no centro: nos prazos oficiais estipulados de maneira previa a cada cuatrimestre académico, coa Unidade de Atención á Diversidade (<a href="https://www.udc.es/cufie/ADI/apoioalumnado/">https://www.udc.es/cufie/ADI/apoioalumnado/</a>); no seu defecto, coa tutora ADI da Facultade de Humanidades.</p>

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación



Estudo de casos	A1 A2 A6 A7 A8 A9 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C1 C4 C7 C8 C9	<p>Avaliación dos casos prácticos propostos e realizados, individualmente ou en grupo. Nalgúns dos casos propostos (a especificar durante o curso) a avaliación pódese facer por parellas.</p> <p>Ademais, valorarase a asistencia e participación activa nas actividades realizadas nas sesións interactivas (por exemplo, participación en debates ou discusións dirixidas na aula, resolución de actividades, resposta ás preguntas formuladas, etc.). Tamén se poden realizar pequenos cuestionarios, sen necesidade de aviso previo, sobre o contido visualizado ao finalizar calquera das sesións expositivas ou interactivas.</p>	20
Traballos tutelados	A3 A5 A6 A8 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C1 C4 C8 C9	<p>Avaliación da memoria escrita e da exposición oral do traballo en grupo proposto.</p> <p>Esta avaliación realizarase tendo en conta criterios como o dominio de contidos específicos da materia, a expresión escrita e a presentación formal dos contidos, as fontes de información empregadas, a claridade expositiva, etc.</p> <p>O traballo non pode conter erros ortográficos nin gramaticais (é obrigatorio que o alumnado empregue o corrector automático e revise o traballo antes de envialo). No caso de que o traballo conteña este tipo de erros, ou non estea formateado correctamente, a nota final será "Suspenso" cun 4.</p>	30
Proba de resposta múltiple	A1 A2 A3 A6 A7 A8 B1 B2 B3 B4 B5 B8 B9 C1 C9	<p>Realizarase un exame de opción múltiple (presencial ou virtual administrado a través do Campus Virtual), onde só unha opción é correcta. As respostas incorrectas penalizan un terzo do valor das correctas.</p> <p>Para aprobar a materia é estritamente necesario obter unha nota mínima de 4.5 puntos no exame final, nunha escala de 0-10.</p>	50

## Observacións avaliación



1. Segunda oportunidade: os criterios de avaliación aplicaranse tanto á primeira como á segunda oportunidade, incluído o estudiantado Erasmus e de intercambio. O estudo de caso (20%) e o traballo supervisado (30%), como parte da avaliación continua, non se poden recuperar na segunda oportunidade (manterase a mesma puntuación), só se pode recuperar a proba de elección múltiple. Para aqueles/as estudantes que non teñan realizado a avaliación continua, a cualificación final da segunda oportunidade será só a nota obtida no exame final.

2. Convocatoria anticipada: na convocatoria anticipada de decembro cambiaranse os criterios de avaliación con respecto á primeira e segunda oportunidades. A nota final do curso nesta convocatoria avanzada dependerá exclusivamente da nota obtida no exame final (100%). Este exame consistirá nunha proba de opción múltiple (opción múltiple).

3. Calificación de "Non presentado": a cualificación de "Non presentado" asignarase ás persoas que non presenten o exame final (proba de elección múltiple) na primeira oportunidade, segunda oportunidade ou convocatoria anticipada.

4. Estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e exención académica de exención de asistencia: o estudiantado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e exención académica da exención de asistencia deberán comunicar a súa situación ao profesorado da materia ao comezo do curso, co fin de establecer un plan de traballo e un calendario. O sistema de avaliación será o seguinte: proba de elección múltiple (50%), tarefas supervisadas (30%) e realización e entrega de casos prácticos (20%) (pero sen contar a asistencia ás sesións). O traballo tutelado debe facerse en equipo.

5. Outras observacións de avaliación:

**CUALIFICACIÓN MÍNIMA:** para aprobar o curso, o alumnado debe obter unha puntuación mínima de 4.5 sobre 10 na proba de opción múltiple. En caso contrario, a nota final será "Suspenso" (sendo a nota global da materia a nota obtida neste exame final), aínda que a nota global dea unha puntuación igual ou superior a 5 puntos.

O control da asistencia do alumnado ás sesións presenciais pódese levar a cabo aleatoriamente.

As cualificacións obtidas polo alumnado na avaliación continua como resultado do traballo supervisado en equipo e do estudo de casos (ata un 50%) só terán validez durante o presente curso académico (2024/25) e o curso académico seguinte (2025/26).

Está prohibido o acceso ás salas de exames con calquera dispositivo de transmisión e/ou almacenamento de datos (teléfonos móbiles, reloxos intelixentes, etc.).

O comportamento fraudulento nalgunha das seccións obxecto de avaliación producirá a cualificación de "Suspenso (0)" na avaliación final.

## Fontes de información

### Bibliografía básica

**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**Krzysztof Bartczak (2024). Business Models and Digital Technology Platforms: Implementation and Complexities for Digital Business. Routledge. Teik Toe Teoh and Yu Jin Goh (2023). Artificial Intelligence in Business Management. Editorial: ? Springer; 1st edition. Matthew D. White (2023). Generative AI for Business: The Essential Guide for Business Leaders. Editorial: John Wiley & Sons Inc. Nigel Vaz (2021). Digital business transformation: How established companies sustain competitive advantage from now to next. Editorial: John Wiley & Sons Limited. Dave Chaffey, Tanya Hemphill and David Edmundson-Bird (2019). Digital Business and E-Commerce Management. Editorial Pearson, 7th edition. Bernd W. Wirtz (2019). Digital business models: Concepts, Models, and the Alphabet Case Study. Springer International Publishing, 1st edition. Peter D. Weill and Stephanie L. Woerner. (2018). What's your digital business model?: six questions to help you build the next-generation enterprise. Boston: Harvard Business Review Press. Ricardo Tayar (2017). CRO: diseño y desarrollo de negocios digitales. Madrid: Anaya. Teresa Sádaba (2015). Moda en el entorno digital: ISEM Fashion Business School. Madrid: EUNSA. Dave Chaffey (2011). E-Business & E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. Editorial Pearson, 5th edition.

### Bibliografía complementaria

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:**Ricardo Tayar (2020). CRO Profesional: estrategia y práctica: cómo mejorar la conversión de productos digitales. Madrid : Anaya Multimedia. M<sup>a</sup> Angeles Hernández Dauder, José María Estrade Nieto, and David Jordán Soro (2020). Marketing digital: mobile marketing, SEO y analítica web. Madrid: Anaya Multimedia. Rudy Hirschheim, Armin Heinzl, Jens Dibbern (Eds.) (2020). Information Systems Outsourcing: The Era of Digital Transformation. Cham: Springer International Publishing: Imprint: Springer. 5th edition. Luis Alberto Ruano y Rogelio Velasco (2018). Emprendimiento en el entorno digital: el lanzamiento de una startup. Barcelona: Alfaomega: Marcombo. George Westerman, Didier Bonnet, Andrew McAfee (2014). Leading digital: turning technology into business transformation. Boston: Harvard Business Review Press.



## Recomendacións

### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Fundamentos de Xestión da Empresa de Moda/710G03004  
Xestión da Cadea de Subministración de Moda I: Aproximación/710G03005  
Distribución Omnicanle de Moda/710G03024  
Internacionalización da Empresa de Moda/710G03025  
Modelos e Técnicas de Simulación Empresarial: Xogo de Empresa/710G03026  
Xestión da Cadea de Subministración de Moda II: Xestión de Operacións/710G03017  
Xestión da Cadea de Subministración de Moda III: Loxística e Transporte/710G03019  
Márketing e Investigación de Mercados de Moda/710G03012  
Sistemas e Tecnoloxías da Información/710G03013  
Fundamentos Matemáticos e Ferramentas para a Análise de Datos/710G03014  
Tendencias Globais en Moda: Transformación Dixital e Sustentabilidade/710G03008

### Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Xestión da Innovación Industrial en Moda/710G03029  
Dirección Estratéxica da Empresa de Moda/710G03030  
Taller 2: Aplicacións de Xestión e Tecnoloxías do Coñecemento en Moda/710G03033

### Materias que continúan o temario

Prácticas Externas/710G03037  
Traballo Fin de Grao/710G03038

### Observacións

Recoméndase a revisión e seguimento do curso da materia no campus virtual, onde se deixarán os materiais e se informará das actividades a realizar. Tamén se recomenda a asistencia ás clases interactivas con ordenador portátil ou tableta electrónica. Os traballos da materia entregaranse a través da aula virtual, en soporte dixital; e se non é posible, recoméndase a impresión en papel reciclado, a dobre cara e evitando o uso de materiais plásticos.

(\*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