



Guía Docente				
Datos Identificativos				2024/25
Asignatura (*)	Marketing en Moda Sostible	Código	730554017	
Titulación				
Descritores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Mestrado Oficial	2º cuatrimestre	Primeiro	Optativa	4.5
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinación	Escourido Calvo, Manuel	Correo electrónico	manuel.escourido@udc.es	
Profesorado	Escourido Calvo, Manuel	Correo electrónico	manuel.escourido@udc.es	
Web	estudos.udc.es/es/study/detail/4554v01			
Descrición xeral	O obxectivo principal desta materia é que o alumnado aprenda a aplicar os principios do marketing e os fundamentos da investigación de mercado nunha industria e as súas empresas cuxa estratexia ten a sustentabilidade como un dos seus piares básicos.			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe		Competencias / Resultados do título	
Coñecer os fundamentos básicos de xestión dunha empresa téxtil/moda, tanto a nivel estratéxico como operativo e funcional.	AI3		
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.	AI5		
Desenvolver destrezas para as relacións interpersoais e a interacción con axentes do contorno e interno (clientes, provedores, medios, colaboradores...).	AI15		
Coñecer e manexar as ferramentas necesarias para a realización, conceptualización e lanzamento de coleccións.	AI16		
Coñecer a realidade e os condicionantes sociais que inflúen no mundo da moda, con perspectiva de evolución histórica.	AI23		
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...	AP1		
Ter unha perspectiva internacional do sector da moda e dominar ferramentas de planificación e xestión das estratexias de internacionalización posibles.	AP1		
Coñecer o impacto da tecnoloxía nos distintos procesos da industria téxtil.	AP1		
Coñecer e asumir a perspectiva ética e os valores imprescindibles en que debe descansar o mundo da moda e as súas empresas.	AP1		
Incorporar criterios de sostibilidade nos procesos de toma de decisión da empresa (e por extensión aos mercados de moda).	AP1		
Saber implantar programas de responsabilidade social corporativa (nos mercados de moda).	AP1		
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.	AP1		

Contidos	
Temas	Subtemas



MARKETING SOSTIBLE NA INDUSTRIA TÉXTIL E DA MODA	<p>MARKETING NO SÉCULO XXI.</p> <p>AS BASES DO MARKETING DE SOSTIBILIDADE.</p> <p>COMPORTAMENTO SOSTIBLE DO CONSUMIDOR: RETOS SOCIAIS E ECOLÓXICOS.</p> <p>VALORES E OBXECTIVOS DO MARKETING DE SOSTIBILIDADE.</p> <p>MARKETING ESTRATÉXICO DE SUSTENTABILIDADE.</p> <p>MARKETING OPERATIVO DE SUSTENTABILIDADE.</p> <p>O FUTURO DO MARKETING DE SUSTENTABILIDADE: OPORTUNIDADES E RETOS.</p>
--	---

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Estudo de casos	A8 A11 A13 A15 A16 A17 A19 A3 A5	5	25	30
Traballos tutelados	A8 A11 A13 A15 A16 A17 A19 A15 A16	5	25	30
Proba obxectiva	A8 A11 A16 A17 A19 A15 A16 A23	1.5	15.5	17
Sesión maxistral	A1 A2 A3 A6 A7 A8 A11 A13 A15 A16 A17 A19	20	10	30
Atención personalizada		5.5	0	5.5

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

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Análise e estudo de casos de mercadotecnia e sustentabilidade (pode haber actividade complementaria aos mesmos: conferencias, seminarios, obradoiros, etc.). O alumnado debe reflexionar sobre o contido e elaborar unha análise, que facilite a toma de decisións que serán avaliadas.
Traballos tutelados	Traballo en equipo. Traballo final da materia con exposición oral e defensa na clase.
Proba obxectiva	Proba individual de opción múltiple. Cada resposta incorrecta diminuírá a nota da proba.
Sesión maxistral	Os contidos do programa teórico da materia presentaranse en sesións maxistras, con carácter xeral coa axuda de medios audiovisuais. As diapositivas estarán a disposición dos alumnos. O profesor supervisará a asistencia á sesión. A asistencia regular é un requisito no procedemento de avaliación.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral Estudo de casos Traballos tutelados	<p>Os estudantes poderán resolver calquera dúbida mentres se traballan en casos prácticos e traballos tutelados, así como solicitar axuda sobre contidos teóricos e clases maxistras. Asignarase á profesora dispoñibilidade para realizar tutorías.</p> <p>ATENCIÓN Á DIVERSIDADE: A materia poderá adaptarse ao alumnado que requira a adopción de medidas destinadas ao apoio á diversidade (física, visual, auditiva, cognitiva, de aprendizaxe ou relacionadas coa saúde mental). Se é o caso, deberán dirixirse aos servizos dispoñibles na UDC/no centro: nos prazos oficiais estipulados con anterioridade a cada cuadrimestre, coa Unidade de Atención á Diversidade.</p>



Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación
Estudo de casos	A8 A11 A13 A15 A16 A17 A19 A3 A5	20% Nota final. O grupo designado polo profesor deberá presentar as actividades sinaladas e a análise dos casos asignados. A avaliación baséase na calidade e claridade da presentación, na precisión e calidade das respostas, na calidade das fontes primarias e secundarias utilizadas e na revisión da literatura relevante.	20
Traballos tutelados	A8 A11 A13 A15 A16 A17 A19 A15 A16	30% Nota final. O grupo designado polo profesor deberá levar a cabo un Plan de Marketing Sostible para unha empresa téxtil/moda. Os membros do grupo deben escribir e entregar dita Plna, presentala e defendela na clase. A avaliación inclúe a comprobación da inclusión e aplicación da parte teórica, da calidade e claridade da exposición, da precisión e calidade das respostas, da calidade das fontes primarias e secundarias utilizadas e da revisión da literatura correspondente.	30
Proba obxectiva	A8 A11 A16 A17 A19 A15 A16 A23	50% da nota final. Proba ou proba de opción múltiple individual (catro/cinco opcións). Cada resposta incorrecta reducirá a puntuación final.	50

Observacións avaliación

Avaliación de 1a oportunidade. No desenvolvemento da parte práctica (traballo en equipo/proxectos) (nota do 40%) valoraranse: aplicación das bases teóricas, calidade da exposición, precisión e claridade da presentación e calidade das respostas, fontes primarias e secundarias. utilizado e revisión bibliográfica.

Para a avaliación da parte teórica empregárase unha proba multiobxecto (nota 50%) con varias alternativas de resposta, onde os erros reducirán a puntuación para evitar o efecto lotería?. A fórmula é $NOTA = (respostas\ correctas \times 1) - (erros / k-1)$, con k = número de opcións de resposta. Os puntos netos obtidos transfírense a unha valoración nunha escala de 0 a 10.

Dedicación a tempo parcial e exención académica (exención de asistencia): no caso de estudantes con dedicación parcial e exención académica de exención de asistencia, utilizaranse as plataformas Moodle e MS Teams, así como o correo electrónico como principal vehículo de comunicación. xestión de contidos, titorías e entrega de tarefas. Ao comezo do curso acordárase un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación, pero terán a mesma obriga de realizar actividades e asistir a calquera tipo de proba de avaliación que o alumnado a tempo completo. Agás as datas aprobadas polo Consello de Facultade nas que corresponda a proba obxectiva, para o resto das probas acordárase ao comezo do curso un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación.

O proceso de avaliación para a 2a oportunidade é exactamente o mesmo que para a 1a oportunidade: gárdase a nota práctica (obtida en traballos/proxectos) e @ alumno@ realizará un novo exame tipo test, con características idénticas ás descritas anteriormente.

No caso dunha convocatoria extraordinaria/adiantada avaliación só será cunha proba de resposta múltiple (proba suxeita a resposta múltiple) (nota 100%) con varias alternativas de resposta, onde os erros descontarán puntos en función da fórmula $PUNTOS\ NETOS = (respostas\ correctas \times 1) - (erros / k-1)$ con k = número de opcións de resposta. Os puntos netos obtidos transfírense a unha escala de 0 a 10.

Considerárase Non Presentado? (NP) o alumno que, mentres estea matriculado, non participase nas diferentes actividades de avaliación (continúa/práctica e/ou exame/proba) que se establezan para o curso académico.

Todos os aspectos relacionados coa dispensa académica, a dedicación ao estudo, a permanencia e a fraude académica rexeranse segundo a normativa académica vixente da UDC.

PLAXIO/COPIA. A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación implicará directamente a cualificación de suspenso (0) na materia da convocatoria correspondente, quedando sen efecto calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación da convocatoria extraordinaria.

Fontes de información

Bibliografía básica	Belz, F-M.; Peattie, K. y Gali, J. P. (2013): ?Marketing de sostenibilidad: Una perspectiva global?, Profit Editorial. Kotler, P. y Keller, K. L. (2016): ?Marketing Management?, 16ª ed., Ed. Pearson. Solomon, M.R. (2018): ?Consumer Behavior: Buying, Having, and Being?, 12ª ed., Ed. Pearson.
----------------------------	---



Bibliografía complementaria	<p>Bourn, M. y Munden, S. (2024): ?Sustainable Advertising: How Advertising Can Support a Better Future?, Kogan Page.</p> <p>Carvill, M.; Butler, G. y Evans, G. (2021): ?Sustainable Marketing: How to Drive Profits with Purpose?, Bloomsbury Business.</p> <p>Kotler, P.; kartajaya, H. y Setiawan, I. (2021): ?Marketing 5.0. Tehcnology for Hukmanity?, Wiley John and Sons Inc.</p> <p>Kotler, P.; kartajaya, H. y Setiawan, I. (2023): ?Marketing 6.0. The Futures is Inmmersive?, Wiley John and Sons Inc.</p> <p>Randle, P. y Eyre, A. (2023): ?Sustainable Marketing: The Industry?s Role in a Sustainable Future?, Kogan Page.</p> <p>Reffstrup, N. y Roberts-Islam, B. (2024): ?The GANNI Playbook: How to Get Started Creating a Responsible Business?, Penguin Business.</p> <p>Bourn, M. y Munden, S. (2024): ?Sustainable Advertising: How Advertising Can Support a Better Future?, Kogan Page.</p> <p>Carvill, M.; Butler, G. y Evans, G. (2021): ?Sustainable Marketing: How to Drive Profits with Purpose?, Bloomsbury Business.</p> <p>Kotler, P.; kartajaya, H. y Setiawan, I. (2021): ?Marketing 5.0. Tehcnology for Hukmanity?, Wiley John and Sons Inc.</p> <p>Kotler, P.; kartajaya, H. y Setiawan, I. (2023): ?Marketing 6.0. The Futures is Inmmersive?, Wiley John and Sons Inc.</p> <p>Randle, P. y Eyre, A. (2023): ?Sustainable Marketing: The Industry?s Role in a Sustainable Future?, Kogan Page.</p> <p>Reffstrup, N. y Roberts-Islam, B. (2024): ?The GANNI Playbook: How to Get Started Creating a Responsible Business?, Penguin Business.</p>
------------------------------------	---

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

Para contribuír á consecución dunha contorna inmediata sostible e ao cumprimento do obxectivo da acción número 5: ?Docencia e investigación ambiental e social saudables e sostibles? do Plan de Acción Campus Verde Ferrol, solicitarase a entrega de traballos documentais nesta materia en formato virtual e / ou soporte informático (a entrega realizarase a través de Moodle ou correo electrónico, en formato dixital sen necesidade de imprimilos). Se é necesario facelos en papel: non se empregarán plásticos, empregarase impresión a dobre cara, empregarase papel reciclado, evitarase a impresión de borradores e a importancia dos principios éticos relacionados cos valores da Sostibilidade. ser tidos en conta nos comportamentos persoais e profesionais. Facilitarase a plena integración do alumnado/profesorado con diversidade funcional. Tal e como recollen as distintas normativas aplicables á docencia universitaria, nesta materia deberá incorporarse a perspectiva de xénero (utilizarase unha linguaxe non sexista, empregarase bibliografía de autores de ambos sexos, fomentarase a participación na clase de alumnos e alumnas). . . .). Traballarase para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas e influír no medio para modificalos e promover valores de respecto e igualdade. Deben detectarse as situacións de discriminación de xénero e propor accións e medidas para corrixilas. Aspectos da normativa académica vixente da UDC: Todos os aspectos normativos relacionados coa ?exención académica?, ?dedicación ao estudo?, ?permanencia? e ?fraude académica? réxense de acordo coa normativa académica vixente da UDC.

(*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