



Guía docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Gestión Sostenible de la Cadena de Valor de la Moda		Código	710G03018
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda			
Descriptor				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Grado	2º cuatrimestre	Segundo	Obligatoria	6
Idioma	Inglés			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	Empresa			
Coordinador/a	Escourido Calvo, Manuel	Correo electrónico	manuel.escourido@udc.es	
Profesorado	Escourido Calvo, Manuel	Correo electrónico	manuel.escourido@udc.es	
Web	http://gradoindustrialmoda.udc.gal/			
Descripción general	El objetivo principal de esta asignatura es que los estudiantes aprendan cómo aplicar los principios de sostenibilidad a la cadena de valor de la industria de la moda.			
Plan de contingencia	1. Modificaciones en los CONTENIDOS: NO. 2. Modificaciones en METODOLOGÍA. CLASES MAGISTRALES: online en plataforma MS Teams (mismo horario). PRESENTACIONES ORALES: online en plataforma MS Teams. TEST OPCION MULTIPLE: online en platafoma UDC Moodle. TUTORÍAS: online en plataforma MS Teams (estudiante las solicitará de forma previa, sugiriendo 3/4 opciones de día/hora). 3. Modificaciones en EVALUACIÓN. ASISTENCIA: La asistencia (10%) que se tendrá en cuenta es la realizada entre el día 1 del curso y el último día de clase presencial. No se tendrá en cuenta la asistencia online. Otros cambios podrían tener lugar, si la UDC así lo determina.			

Competencias del título	
Código	Competencias del título
A1	Conocer los fundamentos básicos de gestión de una empresa de textil/moda, tanto a nivel estratégico como operativo y funcional.
A2	Conocer los aspectos del entorno que influyen en la evolución del mundo de la moda y sus empresas, con especial incidencia en el impacto de las cuestiones económicas y legales.
A12	Ter os coñecementos básicos de inglés necesarios para as relacións internacionais de negocio (acreditando nivel mínimo B1).
A13	Coñecer o impacto da tecnoloxía nos distintos procesos da industria téxtil.
A14	Ter unha perspectiva clara do papel das persoas na organización, e coñecer as ferramentas de xestión de recursos humanos necesarias para conseguir delas a máxima implicación e rendemento.
A15	Coñecer e asumir a perspectiva ética e os valores imprescindibles en que debe descansar o mundo da moda e as súas empresas.
A16	Incorporar criterios de sostibilidade nos procesos de toma de decisión da empresa (e por extensión aos mercados de moda).
A17	Saber implantar programas de responsabilidade social corporativa (nos mercados 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
B8	Capacidad de planificación, organización y gestión de recursos y operaciones
B9	Capacidad de análisis, diagnóstico y toma de decisiones
C2	Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero.
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.
C6	Adquirir habilidades para la vida y hábitos, rutinas y estilos de vida saludables.
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 del título	
Comprender la importancia de la gestión de la cadena de valor como elemento estratégico de las empresas en la industria de la moda y su relevancia para las áreas de negocio.	A1	B1	C2
	A2	B3	C4
	A12	B4	C5
Comprender la importancia de la sostenibilidad como un enfoque para generar valor económico, social y ambiental que contribuya al bienestar a largo plazo de la sociedad.	A13	B5	C6
	A14	B6	C7
	A15	B8	C8
	A16	B9	C9
	A17		
Analizar, comprender y aplicar criterios de sostenibilidad a todas las áreas de la cadena de valor de la industria de la moda y sus empresas para la toma de decisiones estratégicas y operativas.	A1	B1	C2
	A2	B2	C4
	A12	B3	C5
Extender la sostenibilidad hacia una aplicación de la responsabilidad social en todas las áreas de la empresa, así como en sus relaciones con los grupos de interés.	A13	B4	C6
	A14	B5	C7
	A16	B6	C8
	A17	B8	C9
		B9	

Contenidos	
Tema	Subtema
PARTE I. GESTIÓN DE LA CADENA DE VALOR DE LA INDUSTRIA DE LA MODA.	01. Cadena de valor: concepto, elementos y gestión estratégica. 02. Cadena de valor de la industria de la moda y sus empresas. 03. Gestión de la cadena de valor y sostenibilidad.



PARTE II. GESTIÓN SOSTENIBLE DE LA CADENA DE VALOR DE LA INDUSTRIA DE LA MODA.

- 04. Transformación sostenible: productos y procesos de la industria de la moda.
- 05. Transformación sostenible: sistemas de la industria de la moda.
- 06. Transformación sostenible: industria de la moda y diseño.
- 07. Transformación sostenible: comunicación de la industria de la moda.
- 08. La moda como vehículo para la transmisión de valores.

Planificación

Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Eventos científicos y/o divulgativos	A1 A2 A12 A13 C2 C4	5	0	5
Lecturas	A14 A15 A16 A17 B5 B9 C2 C5 C8	10	15	25
Prueba de respuesta múltiple	B1 B5 B9 C2	2	28	30
Sesión magistral	A1 A2 A12 A13 A17 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C2 C4 C5 C6 C7 C8 C9	20	40	60
Presentación oral	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C2 C4 C5 C6 C7 C8 C9	15	15	30
Atención personalizada		0		0

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

Metodologías

Metodologías	Descripción
Eventos científicos y/o divulgativos	Para que puedan familiarizarse con los casos prácticos presentados por profesionales en el campo, los estudiantes también deben asistir a actividades prácticas complementarias (conferencias, seminarios, talleres, etc.). Deben reflexionar sobre el contenido y producir un análisis, que estará sujeto a evaluación.
Lecturas	Para complementar las conferencias, se proporcionarán análisis, textos y lecturas y / o tareas prácticas basadas en una variedad de temas. Los estudiantes deben trabajar en grupos para responder las preguntas establecidas.
Prueba de respuesta múltiple	Test o prueba individual de opción múltiple. Cada respuesta incorrecta disminuirá la nota de la prueba.
Sesión magistral	Los contenidos del programa teórico de la asignatura se presentarán en sesiones magistrales, generalmente con la ayuda de medios audiovisuales. Las diapositivas se pondrán a disposición de los estudiantes. El profesor supervisará la asistencia a la sesión. La asistencia regular es un requisito en el procedimiento de evaluación.
Presentación oral	En las clases prácticas, el grupo designado por el profesor debe presentar las actividades señaladas y el trabajo/proyecto en grupo correspondiente. Los miembros del grupo deben responder las preguntas formuladas.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Presentación oral	Los estudiantes podrán resolver cualquier duda mientras trabajan en los casos prácticos o las lecturas que deben presentar.
Lecturas	También pueden hacer preguntas sobre temas explicados en clase. El docente tiene asignada disponibilidad para realizar tutorías.

Evaluación

Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
--------------	--------------	-------------	--------------



Presentación oral	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C2 C4 C5 C6 C7 C8 C9	LECTURAS Y PRESENTACIÓN ORAL: 40% de la nota final. Se presentarán informes orales sobre las lecturas, el análisis bibliográfico y el trabajo práctico, así como la realización de un proyecto o trabajo final. Se harán en grupo. Los criterios de evaluación incluyen la comprobación de la inclusión y aplicación de la parte teórica, la calidad y la claridad de la presentación, la precisión y calidad de las respuestas, la calidad de las fuentes primarias y secundarias utilizadas y la revisión de la literatura correspondiente.	40
Prueba de respuesta múltiple	B1 B5 B9 C2	PRUEBA DE MÚLTIPLES OPCIONES: 50% de la calificación final. Test o prueba de elección individual múltiple (cuatro opciones). Cada respuesta incorrecta reducirá la puntuación final.	50
Sesión magistral	A1 A2 A12 A13 A17 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C2 C4 C5 C6 C7 C8 C9	ASISTENCIA: 10% de la nota final. La asistencia a las sesiones magistrales, así como a las clases prácticas, representará el 10% de la calificación final.	10

Observaciones evaluación

ESTUDIANTES CON DISPENSA DE ASISTENCIA A CLASE Y EN SEGUNDA OPORTUNIDAD.

PRUEBA DE ELECCIÓN MÚLTIPLE. La nota obtenida constituirá el 100% de la calificación final de la asignatura.

Test o prueba de elección individual múltiple (cuatro opciones). Cada respuesta incorrecta disminuirá el puntaje de la prueba.

Fuentes de información

Básica	Black, S. (2013): "The Sustainable Fashion Handbook", Thames & Hudson, London (UK). Fletcher, K. and Grose, L. (2012): "Fashion and Sustainability: Design for Change", Laurence King Publishing, London (UK). Gardetti, M. A. and Torres, A. L. (2013): "Sustainability in Fashion and Textiles: Values, Design, Production and Consumption", Greenleaf Publishing, Sheffield (UK). Black, S. (2013): "The Sustainable Fashion Handbook", Thames & Hudson, London (UK). Fletcher, K. and Grose, L. (2012): "Fashion and Sustainability: Design for Change", Laurence King Publishing, London (UK). Gardetti, M. A. and Torres, A. L. (2013): "Sustainability in Fashion and Textiles: Values, Design, Production and Consumption", Greenleaf Publishing, Sheffield (UK).
---------------	---



Complementária	Burns, L. D. (2019): ?Sustainability and Social Change in Fashion?, Fairchild Books, Bloomsbury Publishing Plc, London (UK).Ehrenfeld, J. R. (2008): ?Sustainability by Design?, Yale University Press, New Haven (USA), p9.Fletcher, K. (2008): ?Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys?, Earthscan, London, p86.Freese, B. (2007) in Gores, L. (2009): ?Sustainable Textiles. Life Cycle and Environmental Impact?, Woodhouse Publishing, London, p37.Korten, D. C. (2009): ?Agenda for a New Economy: From Phantom Wealth to Real Wealth?, Berret Koehler, San Francisco.Little, T. (2018): ?The Future of Fashion: Understanding Sustainability in the Fashion Industry?, New Degree Press, Potomac (USA).McDonough, W. and Braungart, M. (2002): ?Cradle to Cradle?, North Point Press, NY.Orr, D. W. (2002): ?The Nature of Design: Ecology, Cultures and Human Intention?, Oxford University Press, NY, p31.Burns, L. D. (2019): ?Sustainability and Social Change in Fashion?, Fairchild Books, Bloomsbury Publishing Plc, London (UK).Ehrenfeld, J. R. (2008): ?Sustainability by Design?, Yale University Press, New Haven (USA), p9.Fletcher, K. (2008): ?Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys?, Earthscan, London, p86.Freese, B. (2007) in Gores, L. (2009): ?Sustainable Textiles. Life Cycle and Environmental Impact?, Woodhouse Publishing, London, p37.Korten, D. C. (2009): ?Agenda for a New Economy: From Phantom Wealth to Real Wealth?, Berret Koehler, San Francisco.Little, T. (2018): ?The Future of Fashion: Understanding Sustainability in the Fashion Industry?, New Degree Press, Potomac (USA).McDonough, W. and Braungart, M. (2002): ?Cradle to Cradle?, North Point Press, NY.Orr, D. W. (2002): ?The Nature of Design: Ecology, Cultures and Human Intention?, Oxford University Press, NY, p31.
-----------------------	---

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Fundamentos de Gestión de la Empresa de Moda/710G03004

Gestión de la Cadena de Suministro de Moda I: Aprovisionamiento/710G03005

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Gestión de la Cadena de Suministro de Moda II: Gestión de Operaciones /710G03017

Asignaturas que continúan el temario

Gestión de la Cadena de Suministro de Moda III: Logística y Transporte/710G03019

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