



Guía Docente				
Datos Identificativos				2020/21
Asignatura (*)	Xestión Sustentable da Cadea de Valor da Moda		Código	710G03018
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda			
Descriptor				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	2º cuadrimestre	Segundo	Obrigatoria	6
Idioma	Inglés			
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	http://gradoindustrialmoda.udc.gal/			
Descrición xeral	O obxectivo principal desta asignatura é que os estudantes aprendan como aplicar os principios de sostenibilidade á cadea de valor da industria da moda.			
Plan de continxencia	1. Modificacións nos CONTIDOS: NON: 2. Modificacións na METODOLOXÍA. CLASES MAXISTRAIS: online en plataforma MS Teams (mesmo horario). PRESENTACIÓNS ORAIS: online en plataforma MS Teams. TEST OPCION MULTIPLE: online en platafoma UDC Moodle. TITORÍAS: online en plataforma MS Teams (estudante as solicitará de forma previa, suxerindo 3/4 opcións de día/hora). 3. Modificacións na AVALIACIÓN. ASISTENCIA: A asistencia (10%) que se terá en conta é a realizada entre o día 1 do curso e o último día de clase presencial. No se terá en conta a asistencia online. Outros cambios poderían ter lugar, se a UDC así o indica.			

Competencias do título	
Código	Competencias 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.
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 o estudantado 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 estudantado 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 estudantado 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 estudantado poida transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado.
B5	Que o estudantado desenvolvea 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.
B8	Capacidade de planificación, organización e xestión de recursos e operacións.
B9	Capacidade de análise, diagnóstico e toma de decisións.
C2	Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.
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.
C6	Adquirir habilidades para a vida e hábitos, rutinas e estilos de vida saudables.
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 do título	
Comprender a importancia da xestión da cadea de valor como elemento estratéxico das empresas da industria da moda e a súa relevancia para as áreas de negocio.	A1	B1	C2
	A2	B3	C4
	A12	B4	C5
Comprender a importancia da sustentabilidade como enfoque para xerar valor económico, social e ambiental que contribúa ao benestar a longo prazo da sociedade.	A13	B5	C6
	A14	B6	C7
	A15	B8	C8
	A16	B9	C9
	A17		
Analizar, comprender e aplicar criterios de sustentabilidade en todas as áreas da cadea de valor da industria da moda e as súas empresas para a toma de decisións estratéxicas e operativas.	A1	B1	C2
	A2	B2	C4
	A12	B3	C5
Extender a sustentabilidade cara a unha aplicación de responsabilidade social en todos os ámbitos da compañía, así como nas súas relacións cos grupos de interese.	A13	B4	C6
	A14	B5	C7
	A16	B6	C8
	A17	B8	C9
		B9	

Contidos	
Temas	Subtemas
PARTE I. XESTIÓN DA CADEA DE VALOR DA INDUSTRIA DA MODA.	01. Cadea de valor: concepto, elementos e xestión estratéxica. 02. Cadea de valor da industria da moda e as súas empresas. 03. Xestión da cadea de valor e sustentabilidade.
PARTE II. XESTIÓN SOSTIBLE DA CADEA DE VALOR DA INDUSTRIA DA MODA.	04. Transformación sostible: produtos e procesos da industria da moda. 05. Transformación sostible: sistemas da industria da moda. 06. Transformación sostible: industria da moda e do deseño. 07. Transformación sostible: comunicación da industria da moda. 08. A moda como vehículo de transmisión de valores.



Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / traballo autónomo	Horas totais
Eventos científicos e/ou divulgativos	A1 A2 A12 A13 C2 C4	5	0	5
Lecturas	A14 A15 A16 A17 B5 B9 C2 C5 C8	10	15	25
Proba de resposta múltiple	B1 B5 B9 C2	2	28	30
Sesión maxistral	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
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado				

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Eventos científicos e/ou divulgativos	Para familiarizarse cos estudos de caso presentados por profesionais da materia, os estudantes tamén deben asistir a actividades prácticas complementarias (conferencias, seminarios, talleres, etc.). Deberían reflexionar sobre o contido e producir unha análise, que será sometida a avaliación.
Lecturas	Para complementar as conferencias, facilitaranse análises, textos e lecturas e / ou tarefas prácticas baseadas nunha variedade de temas. Os estudantes deben traballar en grupo para responder a preguntas establecidas.
Proba de resposta múltiple	Proba individual ou proba de elección múltiple. Cada resposta incorrecta diminuírá a puntuación da proba.
Sesión maxistral	Os contidos do programa teórico da materia presentaranse en sesións maxistras, normalmente coa axuda de medios audiovisuais. As diapositivas utilizadas poranse a disposición dos estudantes. O profesor supervisará a asistencia á sesión. A asistencia regular é unha obriga no procedemento de avaliación.
Presentación oral	Nas clases prácticas, o grupo designado polo profesor deberá presentar as actividades sinaladas e o traballo / proxecto correspondente en grupo. Os membros do grupo deberán responder ás preguntas formuladas.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Presentación oral Lecturas	Os estudantes poderán facer calquera pregunta mentres traballan nos estudos de caso ou nas lecturas que deben presentar. Tamén poden facer preguntas sobre temas explicados na clase. O profesor ten asignada dispoñibilidade para realizar tutorías.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación



Presentación oral	B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C2 C4 C5 C6 C7 C8 C9	LECTURAS E PRESENTACIÓN ORAL: 40% da nota final. Presentaranse informes orais sobre as lecturas, análises bibliográficas e traballos prácticos, así como a realización dun proxecto final ou traballo. Faranse en grupo. Os criterios de avaliación inclúen comprobar a inclusión e aplicación da parte teórica, a calidade e claridade da presentación, a precisión e calidade das respostas, a calidade das fontes primarias e secundarias utilizadas e a revisión da literatura correspondente.	40
Proba de resposta múltiple	B1 B5 B9 C2	PROBA DE OPCIÓNS MÚLTIPLES: 50% da nota final. Test ou proba de elección individual (catro opcións). Cada resposta incorrecta reducirá a puntuación final.	50
Sesión maxistral	A1 A2 A12 A13 A17 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C2 C4 C5 C6 C7 C8 C9	ASISTENCIA: 10% da nota final. A asistencia ás sesións maxistrais, así como a clases prácticas, representarán o 10% da nota final.	10

Observacións avaliación

ESTUDANTES CON DISPENSA DE ASISTENCIA A CLASE E EN SEGUNDA OPORTUNIDADE.

PROBA DE ELECCIÓN MÚLTIPLE. A nota obtida significará o 100% da calificación final da asignatura.

Test ou prueba de elección individual múltiple (catro opcións). Cada resposta incorrecta baixará a puntuación da proba.

Fontes de información

Bibliografía 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).
----------------------------	--



Bibliografía complementaria	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.
------------------------------------	--

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

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Xestión da Cadea de Subministración de Moda II: Xestión de Operacións/710G03017

Materias que continúan o temario

Xestión da Cadea de Subministración de Moda III: Loxística e Transporte/710G03019

Observacións

(*)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 de acordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías