



Guía Docente

Guía Docente				
Datos Identificativos				2022/23
Asignatura (*)	Negocio Dixital da Moda		Código	710G03031
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda			
Descriptor				
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	https://humanidades.udc.es/estudos/gim			
Descrición xeral	O obxectivo principal desta materia é ensinar ao estudantado 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 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.
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 loxístico 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 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 desenvolvese 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 do título		
Coñecer os fundamentos básicos da xestión dun negocio dixital no sector da moda.	A1	B1	C8
	A2	B2	C9
	A3	B3	
	A5	B5	
	A6	B8	
	A7		
	A8		
Coñecer o impacto das novas ferramentas, procesos e plataformas na estratexia dixital das empresas de moda.	A1	B1	C1
	A2	B2	
	A3	B3	
	A6	B8	
	A7		
Coñecer os factores do contorno dixital que inflúen nun negocio de moda e as principais estratexias comerciais dixitais.	A1	B1	C1
	A2	B2	C4
	A3	B3	
	A6	B4	
	A7	B8	
	A8	B9	
	A9		
	A11		
	A13		
Ser capaz de xestionar a transformación empresarial cara a un negocio dixital no sector da moda.	A2	B1	C1
	A3	B2	C5
	A5	B3	C8
	A6	B4	C9
	A7	B5	
	A8	B7	
	A11	B8	
	A13	B9	



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.	1. Introducción ao negocio dixital. 2. Análise de oportunidades para empresas dixitais e comercio electrónico no sector da moda.
II: Implantación e xestión de negocios dixitais no sector da moda.	3. Xestión da infraestrutura dixital empresarial. 4. Factores clave no contorno dixital. 5. Estratexia comercial dixital. 6. Efectos da dixitalización e as novas tecnoloxías na xestión da cadea de subministración.
III: Mercado dixital de moda e xestión da transformación dixital.	7. Mercado dixital da moda 8. Xestión das relacións cos consumidores dixitais. 9. Deseño de servizos dixitais e experiencia do cliente. 10. Xestión da transformación cara a un negocio dixital.

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias	Horas presenciais	Horas non presenciais / 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 aprofundar 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	Durante as horas de tutoría, o alumnado poderá reunirse co profesorado para aclarar dúbidas sobre o contido da materia, así como sobre o traballo/proxecto supervisado proposto. ATENCIÓN Á DIVERSIDADE: 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 dispoñíbeis na UDC/no centro: nos prazos oficiais estipulados de maneira previa a cada cuatrimestre académico, coa Unidade de Atención á Diversidade (https://www.udc.es/cufie/ADI/apoioalumnado/); no seu defecto, coa tutora ADI da Facultade de Humanidades.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias	Descrición	Cualificación
Estudo de casos	A1 A2 A6 A7 A8 A9 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C1 C4 C7 C8 C9	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. 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.	20



Traballos tutelados	A3 A5 A6 A8 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C1 C4 C8 C9	Consiste na avaliación do traballo escrito e na exposición oral do proxecto supervisado de equipo proposto polo profesorado. Esta avaliación realizarase de acordo con criterios como o dominio de conceptos específicos da materia, a expresión escrita e a presentación formal dos contidos, a xestión da información e as fontes bibliográficas, a claridade da exposición, a orixinalidade e creatividade das ideas presentadas, etc.	30
Proba de resposta múltiple	A1 A2 A3 A6 A7 A8 B1 B2 B3 B4 B5 B8 B9 C1 C9	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. Para aprobar a materia é estritamente necesario obter unha nota mínima de 4 puntos no exame final, nunha escala de 0-10.	50

Observacións avaliación

- Segunda oportunidade: os criterios de avaliación aplicaranse tanto á primeira como á segunda oportunidade, incluídos os estudantes 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.
- 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).
- 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.
- Estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e exención académica de exención de asistencia: os estudantes 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.
- Outras observacións de avaliación:
CUALIFICACIÓN MÍNIMA: para aprobar o curso, o alumnado debe obter unha puntuación mínima de 4 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 interactivas presenciais pódese levar a cabo aleatoriamente.
As cualificacións obtidas polo alumnado na avaliación continua como resultado do traballo supervisado realizado en equipo (ata un 30%) e a realización de casos prácticos (ata un 20%) só serán válidas durante o curso académico en curso.
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: 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. Dave Chaffey (2011). E-Business & E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice. Editorial Pearson, 5th edition. Teresa Sádaba (2015). Moda en el entorno digital: ISEM Fashion Business School. Madrid: EUNSA.
----------------------------	--



Bibliografía complementaria	BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA: Ricardo Tayar (2020). CRO Profesional: estrategia y práctica: cómo mejorar la conversión de productos digitales. Madrid : Anaya Multimedia. M^a 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: Aproveitamento/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