



UNIVERSIDAD DE
DISEÑO, INNOVACIÓN
Y TECNOLOGÍA

Grado Universitario Oficial

GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA MODA

Documento detallado con las asignaturas de cada curso.



✦ Índice interactivo de contenidos

[Asignaturas del primer curso](#)

[Asignaturas del segundo curso](#)

[Asignaturas del tercer curso](#)

[Asignaturas del cuarto curso](#)

✦ Asignaturas del primer curso

Diseño digital I

En esta asignatura conocerás los fundamentos de la tecnología 2D, herramientas de dibujo, creación y aplicación de pinceles y texturas, filtros, el programa vectorial. Además podrás trabajar con documentos, dibujar líneas y formas básicas, edición de trazados complejos y trabajar con imágenes de mapa de bits.

Fundamentos del diseño de moda

En esta asignatura verás la introducción del proceso creativo, percepción visual, abstracción de la forma y teoría del color. Podrás plasmar la emoción, el sentimiento, las sensaciones en diseño en el cuaderno de ideas. Verás el estudio sociológico y psicológico para llegar a la creación.

Fundamentos de gestión de la empresa

En esta asignatura, aprenderás la organización interna de la empresa y sus diferentes tipos como la estrategia, la gestión de personas, la gestión de operaciones, el marketing y los sistemas comerciales. Además, podrás conocer la gestión financiera y la RSC como estrategia empresarial.

Sociología y tendencias de moda

En esta asignatura, aprenderás sobre la relación entre el sector de la moda y las pequeñas y medianas empresas. Verás la complejidad de la sociedad actual, cultura de masas, proceso actual de desmasificación y su relación con el consumo. Conocerás el consumo del lujo, marcas y diseño de autor, los nuevos materiales y procesos y el análisis de tendencias-estilismo con sus guías de desarrollo.

Industria de la moda I

En esta asignatura, aprenderás sobre el contexto económico y psicológico, el funcionamiento de la moda, los sistemas de información e investigación comercial en la moda. Además, podrás ver los estudios de mercado, segmentación en moda, nuevos consumidores y los estilos de vida como nuevo paradigma de la investigación de mercados con la labor de los medios de comunicación siempre teniendo la responsabilidad social y ética en la moda.

Inglés I

En esta asignatura a este nivel el estudiante comienza a conocer los primeros formatos oficiales para la producción escrita en inglés. El profesor debe encaminar al estudiante y concienciarlo de la importancia de organizar las ideas de un modo lógico y razonado, haciendo uso de conectores discursivos básicos.

Fundamentos de marketing

En esta asignatura, el estudiante aprenderá sobre los conceptos de productos, mercados y medios de publicidad y la interrelación que existe entre ellos en su actividad social, verás los diferentes tipos de marketing como el marketing mix, la estrategia de marketing. Estudiarás la publicidad, el mensaje publicitario, los medios, la estrategia publicitaria comunicación 2.0.

Periodismo y crítica de moda

En esta asignatura aprenderás las características de los diferentes niveles informativos, la narración periodística, teorías sobre los géneros, información y la interpretación. Además, verás la valoración de la actualidad, el uso y el contraste de las fuentes. Usarás las técnicas actuales del periodismo con los medios digitales.

Desarrollo sostenible de la moda

Conocerás el análisis general del contexto del sector de la moda, los conceptos clave del desarrollo sostenible, el diseño de la estrategia empresarial sostenible, los nuevos ecosistemas de la moda y el ecodiseño. Verás la comunicación consciente y responsable de la moda, los modelos de consumo, la experiencia del cliente de moda y los nuevos retos de la transformación digital para los negocios de moda.

Historia del arte y la indumentaria

Conocerás los fundamentos y principios básicos de la historia del arte antiguo y clásico, el arte Paleocrtistiano y Bizantino, así como el recorrido por el arte Romántico, Prerromántico e Islámico en España. Además verás el análisis del arte Gótico y el Renacimiento pasando por la evolución de la indumentaria desde el mundo antiguo hasta el renacimiento.

✦ Asignaturas del segundo curso

Diseño y sociedad

Podrás representar los fundamentos de la sociología y su aplicación a la moda, el impacto de las tecnologías digitales e internet en el sector económico y profesional. Verás el diseño en un mundo conectado, el tránsito del diseño en la sociedad red, el Open Design y las metodologías para el análisis social.

Historia del arte y la indumentaria II

Podrás conocer recorrido por el arte del Barroco, Rococó, Romanticismo y Realismo, el análisis del arte en el Impresionismo y en el Postimpresionismo. Estudiarás las vanguardias, el arte en los Siglos XX y XXI y la indumentaria desde el Barroco hasta el siglo XXI.

Industria de la moda II

Al finalizar la asignatura, podrás conocer la definición de la moda, el lujo así como los sistemas competitivos complejos y la lógica empresarial, verás los modelos de negocio de la industria de la moda, la identidad de estilo y el proceso de desarrollo del producto. Además, la identidad de imagen y el proceso de comunicación así como la venta al por menor y estrategias de distribución.

Comunicación corporativa

En esta asignatura, podrás conocer los conceptos básicos de la comunicación corporativa, la identidad e imagen corporativa y las áreas de trabajo, la investigación, análisis y planificación. Además, verás los distintos tipos de comunicación como la comunicación externa, interna, en crisis, institucional y política.

Inglés aplicado a la moda

Al terminar esta asignatura serás capaz de mejorar sus habilidades de comprensión auditiva, lectora, oral y escrita que le permitan manejarse con soltura en los ámbitos de la moda. Además de aplicar correctamente la terminología de la moda en inglés.

Gestión sostenible de la cadena de valor de la moda

Serás capaz de conocer la definición de la cadena de valor, la estructura de la industria de la moda, la conversión de la cadena de valor y la gestión estratégica sostenible de la cadena de valor. Además, verás la trazabilidad y transparencia de la cadena de suministro con las estrategias para la trazabilidad y la transparencia. Estudiarás la definición de herramientas y funciones viendo las normativas, estándares y certificaciones.

Comunicación audiovisual

Serás capaz de producir, editar y post-producir, podrás aprender a utilizar herramientas analíticas y estudiar y desarrollar, personal y colectivamente el proceso de creación, producción y edición de una pieza audiovisual. Analizarás la evolución del lenguaje audiovisual a través de la historia, poniéndolo en relación con los distintos acontecimientos políticos, sociales, culturales y artísticos que se dieron, identificando las distintas corrientes, géneros, formatos, y estilos que se han desarrollado hasta la actualidad.

Cultura del diseño

Serás capaz de conocer el contexto socioeconómico y la cultura del nacimiento del diseño, la evolución del diseño, teniendo una visión sobre el ámbito profesional e institucional del diseño. Además conocerás la creación del diseño en la sociedad y el diseño en la sociedad contemporánea.

Diseño digital II

Serás capaz de dar forma, color y textura a los diseños, utilizando las herramientas de retoque. Sabrás manejar diferentes herramientas de dibujo y pintura, pudiendo crear presentaciones atractivas. Verás la introducción al entorno de Photoshop, formatos, tamaños y capas de imágenes en mapa de bits.

Investigación de mercados de moda

Al finalizar la asignatura, podrás demostrar un enfoque abierto a la resolución de problemas y habilidades en la generación y comprensión de ideas. Sabrás aplicar soluciones imaginativas en su trabajo, diseño y contexto de comunicación. Podrás evaluar, articular y sintetizar el conocimiento y comprensión la moda a través de un análisis de una investigación previa y presentarás información e ideas de forma efectiva utilizando una serie de destrezas apropiadas a la dirección elegida y según la demanda o tendencia existente.

Psicología de la percepción

Serás capaz de entender el concepto de percepción de acuerdo con las aportaciones más importantes, la percepción dentro de una relación dinámica con otras actividades psíquicas como son el pensamiento, las emociones y la acción. Podrás deducir los conocimientos teóricos las aplicaciones posibles dentro del campo de la actividad del diseño de moda, la comunicación y el marketing.

✦ Asignaturas del tercer curso

Creación audiovisual: fashion film

Serás capaz de conocer la evolución de los Fashion Films, las fases de la producción de una fashion film. Sabrás realizar una fashion film y conocer diferentes perfiles de los trabajadores de una fashion film. Verás la importancia actual de los fashion films y los perfiles profesionales que trabajan en la realización de un fashion film.

Marketing de moda

Al finalizar esta asignatura, serás capaz de saber determinar las necesidades de un producto. Conocerás el concepto de producto en detalle y el efecto de la publicidad en relación a un plan estratégico de marketing. Podrás desarrollar un Plan de Marketing con originalidad y perfecto acabado profesional, tanto en grupo como de manera individual.

Creación de marcas de moda

En esta asignatura desarrollarás una nueva marca entre una selección de productos de moda. Aprenderás a establecer una marca que atraiga a un amplio público objetivo, sobresaliendo de la competencia. Utilizarás técnicas de marketing innovadoras y tradicionales, así como herramientas (marketing viral, crowdfunding, social media), para crear experiencias memorables. Además crearás una identidad de marca innovadora que abarque diferentes disciplinas como el posicionamiento de marca.

Estrategia de marca

En esta asignatura aprenderás a resolver casos prácticos, tomar decisiones y formular juicios a partir de información limitada en relación a la estrategia de la comunicación publicitaria, así como crear contenidos de marca. Podrás demostrar tu capacidad para evaluar resultados de campañas de publicidad, especialmente de publicidad digital, a través de las métricas actuales. Además, podrás crear e implantar una estrategia integrada de comunicación de una marca.

Mercados de la moda: retail y lujo

En esta asignatura aprenderás a reconocer las características de las empresas de moda orientadas al lujo desde sus distintas perspectivas. Reconocerás las características de las empresas de moda orientadas al fashion retail desde sus distintas perspectivas. Además verás los canales de venta y de comunicación de las empresas y sus ejemplos.

Entorno económico global

En esta asignatura aprenderás a comprender el funcionamiento real de la economía en la sociedad contemporánea, así como las interrelaciones de los ámbitos empresarial, laboral, financiero, social y político para alcanzar una percepción general de los problemas microeconómicos y macroeconómicos en entornos internacionales y globalizados. Además, podrás interpretar la información sobre el entorno económico, así como tomar decisiones en el ámbito empresarial con un espíritu crítico y analítico en relación a las actuaciones de las autoridades económicas.

Innovación y emprendimiento en la industria de la moda

En esta asignatura aprenderás a reconocer los diferentes modelos de negocios en la industria de la Moda. Sabrás detectar y analizar los nuevos modelos de negocios en la industria de la moda. Además, podrás tener una visión global de lo que supone y abarcar un plan de negocio.

Edición audiovisual

En esta asignatura podrás conocer las principales teorías y técnicas de la edición y la postproducción con una perspectiva histórica en el ámbito de la comunicación audiovisual. Verás los aspectos centrales de la edición y la posproducción en el ámbito de la comunicación audiovisual. Conocerás dónde se encuadra el montador y posproductor de la empresa o proyecto audiovisual. Además, podrás explorar los distintos campos de la posproducción que pueden influir en el producto audiovisual.

Estilismo y dirección artística

Al finalizar esta asignatura, serás capaz de interpretar la moda, donde gusto y estilo son lenguajes eternos. Conocerás los conceptos básicos del estilismo. Podrás conocer la profesión del asesor de imagen personal y el perfil de estilista en el mundo artístico. Además podrás fusionar mediante sus técnicas, experiencia y visión de conjunto, la armonía a un estilo determinado.

Estrategia del negocio en la moda

Al finalizar esta asignatura, podrás realizar el análisis estratégico de empresas, en sus ámbitos externo (entorno general y entorno específico) e interno. Sabrás identificar los tipos de ventajas competitivas que puede tener una compañía. Conocerás los distintos tipos de estrategias a diseñar para obtener las ventajas competitivas estudiadas anteriormente. Podrás comprender con detalle las características de una estrategia internacional. Además, sabrás analizar y desarrollar estrategias para empresas del negocio de la moda.

Fotografía de moda

Al finalizar esta asignatura, podrás tener los conocimientos técnicos propios de la fotografía de moda. Conocerás las pautas específicas para la realización de producciones de moda y books focalizando en el rol del fotógrafo y su interacción con todos los participantes. Además de favorecer la búsqueda personal del estilo propio trabajando en la interacción de comunicación y el diseño de la imagen.

✦ Asignaturas del cuarto curso

Dirección y gestión de empresas de moda

Comprenderás la estructura empresarial y el lugar que ocupan diversos cargos dentro de ella. Tomarás decisiones estratégicas para las empresas de moda y para la buena dirección y gestión de una empresa de moda. Verás indicadores de gestión aplicados a la producción y venta de productos de Moda.

Escaparatismo de moda

Conocerás el mundo del escaparatismo, y en particular, el de la Moda. Aplicarás las técnicas para desarrollar tendencias, color, y estilismos en un escaparatismo. Verás los fundamentos de un escaparate, el espacio del escaparate, los productores, los tipos y formas de vestir maniquís, diseño de escaparates y la realización y montaje de un escaparate.

Gestión del diseño

Comprenderás los diferentes roles que el diseño puede desempeñar como fuente de innovación en el tejido empresarial, la complejidad de una organización económica, las estructuras empresariales y el modo en que el diseño puede contribuir a la innovación y a su éxito y cómo se organiza un proyecto de diseño de forma eficiente en el marco empresarial. Pondrás en perspectiva la actividad del diseñador de moda dentro de la política global de diseño de la empresa. Además, podrás asimilar que el diseño tiene que responder tanto a las necesidades del usuario como a las necesidades económicas y empresariales.

Marketing de moda y negocio digital

Conocerás lo que es elaborar un plan de marketing de una empresa de moda digital. Podrás aplicar los fundamentos del marketing online y los nuevos modelos de negocio en la era digital. Además de valorar la presencia de una marca, producto o servicio en Internet. Estudiarás la competencia, posicionamiento y diferenciación en un entorno online. Verás el ciclo de vida de las tendencias y del producto de moda bajo la influencia de las nuevas tecnologías.

Ética deontológica, habilidades personales y legislación aplicada

En esta asignatura podrás adquirir una visión integradora y global de la práctica del diseño, comprendiendo la responsabilidad social, ética, profesional de la actividad de diseñar, gestionar, comunicar y su papel en la sociedad. Conocerás los fundamentos de la ética profesional y la responsabilidad social y corporativa de los diseñadores y empresas con un nivel básico en las estructuras organizativas y patrones de trabajo en los contextos artístico, intelectual, económicos, tecnológicos y políticos, analizando su potencial de desarrollo desde el punto de vista del diseño y la empresa de moda.

Comunicación de la moda offline-online

En esta asignatura comprenderás a analizar y gestionar la comunicación, la imagen y la identidad corporativa. Aprenderás a identificar y generar la reputación corporativa y la responsabilidad social corporativa. Podrás crear los distintos tipos de medios y sistemas de comunicación en las organizaciones, desde las etapas iniciales hasta la aplicación del Plan Estratégico de Comunicación, así como a aplicar un plan anticrisis. Gestionarás el conocimiento o procedimental, seleccionando los medios más adecuados para la comunicación interna y externa, creando los soportes correspondientes. Además, podrás crear tu propio manual de Comunicación Corporativa.

Plan de comunicación estratégico

En esta asignatura aprenderás a definir, ejecutar y desarrollar un plan de comunicación adecuado al contexto, necesidades y objetivos de la organización. Tendrás las herramientas necesarias para gestionar los diferentes tipos de comunicación de la empresa de moda. Conocerás las funciones de RRPP para la gestión de medios. Además, utilizarás las diferentes herramientas para la gestión de la comunicación.

Prácticas externas

En esta asignatura, aplicarás los contenidos teórico-prácticos adquiridos en las asignaturas del grado en un entorno profesional real. Las prácticas se desarrollarán en una empresa del sector de la Moda o de la Comunicación de la Moda. Estarán tuteladas por un tutor profesional en la empresa de destino y un tutor académico en la universidad.

Trabajo Fin de Grado

El Trabajo Fin de Grado (TFG) en el grado de Gestión y Comunicación de la Moda consiste en la elaboración individual o en grupo de un trabajo académico general, centrado en la demostración de las competencias generales y específicas del Grado. El TFG se estructura en dos grandes bloques:

1. Idear, representar y materializar visualmente un proyecto bajo las premisas de sus condicionantes físicos, programáticos y contextuales, atendiendo a los aspectos conceptuales, formales y tecnológicos.
2. Capacidad de comunicar y expresar las ideas y conceptos resultantes del propio trabajo, en el lenguaje de la representación del proyecto.

El estudiante podrá trabajar sobre cualquier aspecto relacionado con su Grado, que cumpla la finalidad exigida a un TFG. La temática será elegida por el/la alumno/a, que atenderá las observaciones que al respecto estime realizar su tutor.