Curso 2024-25

Istituto Europeo di Design
Centro privado autorizado

GUÍA DOCENTE DE

Comunicación de Moda

Título de Grado en
Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño

Especialidad de Diseño de Moda

Fecha de actualización: 1 septiembre de 2024

Título de Grado Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño
Asignatura: Comunicación de Moda

1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

Tipo	Obligatoria de especialidad
Carácter	Teórico-práctica
Especialidad/itinerario/estilo/instrumento	Diseño de Moda
Materia	Estilismo
Periodo de impartición	3º Curso / 2º Semestre
Número de créditos	4 ECTS
Departamento	Departamento didáctico, especialidad moda
Prelación/ requisitos previos	Sin prelación
Idioma/s en los que se imparte	Español

2. PROFESOR RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

Apellidos y nombre	Correo electrónico
Salinas Esquiroz, Aitor	

3. RELACIÓN DE PROFESORES Y GRUPOS A LOS QUE IMPARTEN DOCENCIA

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
Salinas Esquiroz, Aitor		Todos

4. COMPETENCIAS

Competencias transversales
CT4 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
CT5 Comprender y utilizar, al menos, una lengua extranjera en el ámbito de su desarrollo profesional.
CT6 Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.
CT7 Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo

Competencias generales
CG2 Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la comunicación.
CG11 Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
CG12 Profundizar en la historia y la tradición de las artes y del diseño.
CG21 Dominar la metodología de investigación

Competencias específicas
CEM7 Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica.
CEM10 Conocer los recursos tecnológicos de la comunicación y sus aplicaciones al diseño de moda e indumentaria
CEM12 Conocer el marco económico y organizativo en el que se desarrolla la actividad empresarial.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Conocer los Sistemas de Comunicación moda, incluyendo el análisis e investigación de: comunicadores visuales, profesionales y agencias de comunicación, distintas tipologías de cabecera y estilos de revista.
- Interrelacionar los principales formatos e instrumentos de comunicación con la dirección de arte aplicada en estrategias de comunicación y marketing moda.
- Conocer el marco actual de la comunicación 4.0 on/off-line y las principales tendencias de futuro.

6. CONTENIDOS

Bloque temático (en su caso)	Tema/repertorio
Bloque I. Sistema de Comunicación Moda	Análisis de las distintas tipologías de Profesionales y Agencias de Comunicación moda y su gestión. Recorrido histórico y actualidad. Nombres claves. Análisis de las distintas tipologías de cabeceras, análisis e investigación de estilos de revistas a lo largo de la historia. Periodismo moda y storytelling, Nombres claves. Análisis de las distintas tipologías de comunicadores visuales. Recorrido histórico y actualidad. Nombres claves de los principales fotógrafos, *film directors*, estilistas, etc.

	Importancia de las principales tendencias en el Sistema de la Comunicación Moda 4.0.

Bloque II. Formatos e Instrumentos de Comunicación Visual	Análisis e investigación de los principales formatos actuales y futuros. Análisis del contexto actual on/off. Fashion Film, GIFS, redes sociales y la realidad virtual/augmented reality, etc. ¿Cuál es el futuro de la Comunicación Visual Moda? Dirección de arte aplicada en estrategias de comunicación y marketing moda. ¿Cómo se comunica la moda? Influencias, inspiración vs. Apropiación; Branding, Estrategia de Dirección Arte y Conceptualización. Arte vs. Marketing

7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Tipo de actividad	Total horas
Actividades teóricas	27 horas
Actividades prácticas	10,5 horas
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios, etc.)	32 horas
Realización de pruebas	2,5 horas
Horas de trabajo del estudiante	24 horas
Preparación prácticas	24 horas
Total de horas de trabajo del estudiante	**120 horas**

8. METODOLOGÍA

Actividades teóricas	Presentaciones teóricas de estilo discursivo con apoyo de material visual en las que se tratará el temario de la asignatura fomentando el debate y la participación de los estudiantes. Por las características de la materia esta debe afrontarse de una forma multidireccional en la que el estudiante sea partícipe del discurso en todo momento.
Actividades prácticas	Realización y tutorización de actividades de investigación y debate en clase en torno a noticias y otros ítems contemporáneos para generar dos entregas de investigación global y personal.

Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios, etc.)	Tutorización en taller.

9. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Se evaluará:

- Conocer los Sistemas de Comunicación moda, incluyendo el análisis e investigación de: comunicadores visuales, profesionales y agencias de comunicación, distintas tipologías de cabecera y estilos de revista.
- Interrelacionar los principales formatos e instrumentos de comunicación con la dirección de arte aplicada en estrategias de comunicación y marketing moda.
- Conocer el marco actual de la comunicación 4.0 on/off-line y las principales tendencias de futuro.

La evaluación debe diseñarse y planificarse de manera que quede integrada dentro de las actividades formativas de enseñanza/aprendizaje.

Se propone que la evaluación del aprendizaje de los alumnos sea continua, personalizada e integradora:

- Continua en cuanto que está inmersa en el proceso de enseñanza-aprendizaje y consecuentemente no limitada por fechas o situaciones concretas.
- Personalizada, ya que ha de tener en cuenta las capacidades, destrezas y actitudes del alumno. Se prestará especial atención en cuanto a la participación del alumno en los grupos de trabajo.
- Integradora en cuanto exige tener en cuenta las capacidades generales establecidas para la etapa, a través de los objetivos de las distintas unidades temáticas y áreas.

Se evaluarán los aprendizajes de los alumnos en relación con el logro de los objetivos educativos determinados en el currículo y asociados a los objetivos generales y específicos, tomando como referencia inmediata los criterios de evaluación establecidos para el área.

Para evaluar el proceso de aprendizaje de los alumnos es necesario:

- Evaluar la competencia curricular de los mismos (capacidades y aptitudes).
- Evaluar los factores que dificultan o facilitan un buen aprendizaje.
- Propiciar la autoevaluación y coevaluación de los propios alumnos como fuente de análisis y crítica de resultados, con el fin de permitir modificaciones de actitudes para su perfeccionamiento.
- Valorar el contexto de aprendizaje en el que se desenvuelve el alumno.

9.1. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Actividades teóricas	Bitácora docente
Actividades prácticas	Bitácora docente Dossier de actividades de clase Dossier de proyecto
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios, etc.)	Inclusión del feedback recibido en las actividades y en el discurso desarrollado en clase.

9.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Actividades teóricas	Participación activa de calidad que refleje el conocimiento y herramientas adquiridas en la asignatura. Expresión oral. Coherencia del contenido de la participación con el de la sesión.
Actividades prácticas	Participación activa de calidad que refleje el conocimiento y herramientas adquiridas en la asignatura. Expresión oral. Coherencia del contenido de la participación con el de la sesión. Análisis crítico y desarrollo argumentado de ideas. Limpieza en la ejecución. Calidad del contenido. Demostración de un proceso de investigación riguroso. Calidad de la ejecución. Seguimiento adecuado de las correcciones.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios, etc.)	Grado de calidad de los conocimientos adquiridos y reflejados en el debate teórico y los proyectos prácticos.

9.3. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

1. El sistema de evaluación a emplear en la asignatura se adapta al modelo de la evaluación continua.
2. En el sistema de evaluación continua la asistencia a clase es obligatoria y el estudiante deberá cumplir con un porcentaje de actividad con presencia del profesor, cuya estimación será, en principio, del 80% (mínimo).
3. En aquellos casos en los que el estudiante no cumpla con los requisitos exigidos para la evaluación continua, se le evaluará en evaluación con pérdida de evaluación continua. Presentará el/los trabajo/s y realizará las pruebas indicadas específicamente para esta convocatoria, quedando reflejados sus correspondientes pesos relativos en el apartado 9.3.2 de esta guía.
4. En cualquier caso, el estudiante contará con una convocatoria extraordinaria cuya estructura, instrumento de evaluación y calificación quedan explicitados en esta guía en el apartado 9.3.3.
5. Para aprobar la asignatura por curso en evaluación continua, se debe obtener en todos y cada uno de los entregables propuestos una nota igual o superior a 5/10, y entregarlos en la fecha establecida. Por otro lado, se debe obtener una nota igual o superior a 5/10 en la realización, entrega y presentación del proyecto propuesto.

9.3.1. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Participación activa y de calidad en clase, tutorías y talleres	10%
Actividades de clase	20%
Proyecto	70%
Total	**100%**

9.3.2. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Presentación y entrega de proyecto según briefing específico	100%
Total	**100%**

9.3.3. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Instrumentos	Ponderación
Presentación y entrega de proyecto según briefing específico	100%
Total	**100%**

9.3.4. Ponderación para la evaluación de estudiantes con discapacidad

Las adaptaciones de los instrumentos de evaluación deberán tener en cuenta los diferentes tipos de discapacidad

Instrumentos	Ponderación
Se determinarán en función de la discapacidad	
Total	**100%**

10. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE Y EVALUACIONES

Semana	CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE ASOCIADA E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN		Total horas presenciales	Total horas no presenciales
Semana 1	**TEMA 1: Sistemas de Comunicación Moda (parte I)**			
	Actividades teóricas	Introducción al curso. Análisis de las distintas tipologías de Profesionales y Agencias de Comunicación moda y su gestión. Recorrido histórico y actualidad. Nombres claves.	2 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Actividades prácticas vinculadas al contenido teórico de la semana y debate	0,5 horas	1 hora
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	2 horas	
	Evaluación	Continua		
Semana 2	**TEMA 2: Sistemas de Comunicación Moda (parte I)**			
	Actividades teóricas	Análisis de las distintas tipologías de Profesionales y Agencias de Comunicación moda y su gestión. Recorrido histórico y actualidad. Nombres claves.	2 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Actividades prácticas vinculadas al contenido teórico de la semana y debate	0,5 horas	1 hora
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	2 horas	
	Evaluación	Continua		
Semana 3	**TEMA 3: Sistemas de Comunicación Moda (parte II)**			
	Actividades teóricas	Análisis de las distintas tipologías de cabeceras, análisis e investigación de estilos de revistas a lo largo de la historia. Periodismo moda y storytelling. Nombres claves.	2 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Actividades prácticas vinculadas al contenido teórico de la semana y debate	0,5 horas	1 hora
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	2 horas	
	Evaluación	Continua		

Semana 4	**TEMA 4: Sistemas de Comunicación Moda (parte II)**			
	Actividades teóricas	Análisis de las distintas tipologías de cabeceras, análisis e investigación de estilos de revistas a lo largo de la historia. Periodismo moda y storytelling. Nombres claves.	2 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Actividades prácticas vinculadas al contenido teórico de la semana y debate	0,5 horas	1 hora
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	2 horas	
	Evaluación	Continua		

Semana 5	**TEMA 5: Sistemas de Comunicación Moda (parte III)**			
	Actividades teóricas	Análisis de las distintas tipologías de comunicadores visuales. Recorrido histórico y actualidad. Nombres claves de los principales fotógrafos, film directors, estilistas, etc.	2 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Actividades prácticas vinculadas al contenido teórico de la semana y debate	0,5 horas	1 hora
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	2 horas	
	Evaluación	Continua		

Semana 6	**TEMA 6: Sistemas de Comunicación Moda (parte III)**			
	Actividades teóricas	Análisis de las distintas tipologías de comunicadores visuales. Recorrido histórico y actualidad. Nombres claves de los principales fotógrafos, film directors, estilistas, etc.	2 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Actividades prácticas vinculadas al contenido teórico de la semana y debate	0,5 horas	1 hora
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	2 horas	
	Evaluación	Continua		

Semana 7	**TEMA 7: Sistemas de Comunicación Moda (parte IV)**			
	Actividades teóricas	Importancia de las principales tendencias en el Sistema de la Comunicación Moda 4.0.	2 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Actividades prácticas vinculadas al contenido teórico de la semana y debate	0,5 horas	1 hora
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	2 horas	
	Evaluación	Continua		

Semana 8	**TEMA 8: Sistemas de Comunicación Moda (parte IV)**			
	Actividades teóricas	Visión de Conjunto	0,5 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Actividad práctica en grupo – Sistemas de la Comunicación Moda 4.0	2 horas	2 hora
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	2 horas	
	Evaluación	Continua		

Semana 9	**TEMA 9: Formatos e Instrumentos de Comunicación Visual (parte I)**			
	Actividades teóricas	Análisis e investigación de los principales formatos actuales y futuros. Análisis del contexto actual on/off. Fashion Film, GIFS, redes sociales y la realidad virtual/augmented reality, etc. ¿Cuál es el futuro de la Comunicación Visual Moda?	2 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Actividades prácticas vinculadas al contenido teórico de la semana y debate	0,5 horas	1 hora
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	2 horas	
	Evaluación	Continua		

Semana 10	**TEMA 10: Formatos e Instrumentos de Comunicación Visual (parte I)**			
	Actividades teóricas	Análisis e investigación de los principales formatos actuales y futuros. Análisis del contexto actual on/off. Fashion Film, GIFS, redes sociales y la realidad virtual/augmented reality, etc. ¿Cuál es el futuro de la Comunicación Visual Moda?	2 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Actividades prácticas vinculadas al contenido teórico de la semana y debate	0,5 horas	1 hora
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	2 horas	
	Evaluación	Continua		

Semana 11	**TEMA 11: Formatos e Instrumentos de Comunicación Visual (parte I)**			
	Actividades teóricas	Análisis e investigación de los principales formatos actuales y futuros. Análisis del contexto actual on/off. Fashion Film, GIFS, redes sociales y la realidad virtual/augmented reality, etc. ¿Cuál es el futuro de la Comunicación Visual Moda?	2 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Actividades prácticas y debate	0,5 horas	1 hora

	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	2 horas	
	Evaluación	Continua		

Semana 12	**TEMA 12: Formatos e Instrumentos de Comunicación Visual (parte I)**			
	Actividades prácticas	Actividad en grupo – Contexto Actual on/off	2,5 horas	4 horas
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	3 horas	
	Evaluación	Continua		

Semana 13	**TEMA 13: Formatos e Instrumentos de Comunicación Visual (parte II)**			
	Actividades teóricas	Dirección de arte aplicada en estrategias de comunicación y marketing moda. ¿Cómo se comunica la moda? Influencias, inspiración vs. Apropiación; Branding, Estrategia de Dirección Arte y Conceptualización. Arte vs. Marketing.	2 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Actividades prácticas y debate	0,5 horas	4 horas
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	2 horas	
	Evaluación	Continua		

Semana 14	**TEMA 14: Formatos e Instrumentos de Comunicación Visual (parte II)**			
	Actividades teóricas	Dirección de arte aplicada en estrategias de comunicación y marketing moda. ¿Cómo se comunica la moda? Influencias, inspiración vs. Apropiación; Branding, Estrategia de Dirección Arte y Conceptualización. Arte vs. Marketing.	2 horas	2 horas
	Actividades prácticas	Actividades prácticas y debate	0,5 horas	4 horas
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	2 horas	
	Evaluación	Continua		

Semana 15	**TEMA 15: Presentaciones proyecto final**			
	Otras actividades formativas	Tutorización en talleres	3 horas	
	Evaluación	Presentaciones proyecto final Asistencia y participación	2,5 horas	

Semana 16	**Feedback y entrega de notas**			
	Actividades teóricas	Entrega de notas, feedback de la asignatura y explicación del briefing de evaluación extraordinaria si procede	2,5 horas	
	Evaluación	Asistencia y participación		

11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

11.1. Bibliografía general

Título	The Tipping Point
Autor	Gladwell, M.
Editorial	Palgrave Macmillan. London, UK

Título	No Logo. 2nd Edition.
Autor	Klein, N
Editorial	London: Flamingo

Título	Mastering Fashion Marketing
Autor	Shaw, D. & Jackson, T.
Editorial	Palgrave McMillan

Título	The Pocket Guide to Fashion PR
Autor	Sheikh, S.
Editorial	Preo Publishing

11.2. Bibliografía complementaria

Título	The Pocket Guide to Fashion Media
Autor	Sheikh, S.
Editorial	Preo Publishing

11.3. Direcciones web de interés

https://www.vam.ac.uk/
http://www.superbrands.uk.com/

IED Madrid

http://www.coolbrands.uk.com/
https://www.campaignlive.co.uk
https://www.prweek.com/uk
https://www.marketingweek.com/
http://www.modemonline.com/fashion/fashion-weeks
http://www.businessoffashion.com/
http://www.drapersonline.com/
http://www.wwd.com/
http://www.wgsn.com/
http://wgsncolourarchive.tumblr.com/
http://monocle.com/
http://www.fashionmonitor.com/
https://www.theguardian.com/world/series/the-guardian-in-spanish
https://elpais.com/
https://smoda.elpais.com/
https://www.huffingtonpost.es/
https://www.huffingtonpost.co.uk/
https://www.nytimes.com/section/fashion
https://www.vogue.es/
http://www.vogue.co.uk/
https://www.vogue.it/vogue-talents
https://www.vogue.fr/
https://www.vogue.com/magazine
http://i-d.vice.com/en_gb/
https://i-d.vice.com/es
http://www.dazeddigital.com/
http://www.hungertv.com/
http://www.vice.com/en_uk/
https://www.vice.com/es

https://www.harpersbazaar.com/es/
http://www.harpersbazaar.co.uk/