

Grado en Enseñanzas Artísticas de Diseño

Guía docente de ESTILISMO DE MODA

Curso 2021/2022

ESPECIALIDAD DISEÑO DE MODA

Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación • 3. Conocimientos recomendados 4. Competencias de la asignatura • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos 7. Volumen de trabajo/ Metodología • 8. Recursos • 9. Evaluación • 10. Bibliografía

1. Datos de identificación

DATOS DE LA ASIGNATURA			
Centro	Escola d'Art i Superior de Disseny de València		
Título Superior de Diseño	Diseño de Moda		
Departamento	Moda		
Mail del departamento	moda@easdvalencia.com		
Nombre de la asignatura	Estilismo de Moda		
Web de la asignatura			
Horario de la asignatura			
Lugar donde se imparte		Horas semanales	5
Código		Créditos ECTS	6
Ciclo		Curso	Tercero
Duración	Semestral		
Carácter de la asignatura	O.E Específica-obligatoria		
Tipo de asignatura	40% presencial 60% trabajo autónomo		
Lengua en que se imparte	Castellano/Valenciano		
DATOS DE LOS PROFESORES			
Profesor/es responsable/s			
Correo electrónico			
Horario de tutorías			
Lugar de tutorías			

2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación

El objetivo de la asignatura Estilismo de Moda es formar a profesionales capaces de anticipar respuestas y soluciones a las futuras tendencias estéticas y a las nuevas necesidades del mercado de la moda.

Se estudia una base teórica y cultural con el objetivo de que el alumno cree un estilo estético e innovador que despunte en el mercado internacional de la moda y tenga gran capacidad creativa para actuar en un sector cada vez más complejo.

Por otro lado, proporciona los conocimientos para conectar las exigencias y necesidades a través de diferentes medios: editoriales de prensa especializada, desfiles, catálogos, escaparates, puntos de venta, publicidad y cine.

3. Conocimientos previos recomendados

Se recomienda haber superado las siguientes asignaturas:

Proyectos Básicos, Fotografía y Medios Audiovisuales, Fundamentos Históricos del Diseño, Historia y Cultura del Diseño de Moda y de la Indumentaria, Proyectos Producto Moda, Cultura del Diseño, Técnicas Gráficas en la Representación de Moda, Taller de Presentación y Comunicación del Proyecto y Proyectos de Colección de Autor.

En cuanto a asignaturas que conviene desarrollar conjuntamente:

Proyectos de Indumentaria Escénica, Estética y Tendencias Contemporáneas del Diseño de la Moda y de la Indumentaria.

Se considera que estas asignaturas ayudan a comprender y a resolver mejor la práctica proyectual.

4. Competencias de la asignatura

Competencias transversales:

CT2- Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.

CT8- Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.

Competencias generales:

CG1- Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.

CG19- Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.

CG21- Dominar la metodología de investigación.

Competencias específicas:

CE6- Fundamentar el proceso creativo en estrategias de investigación, metodológicas y estéticas.

CE8- Resolver los problemas estéticos, funcionales, técnicos y de realización que se planteen durante el desarrollo y ejecución del proyecto.

5. Resultados de aprendizaje

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPETENCIAS RELACIONADAS
RA1: Distingue el significado de lo que es un estilista en las diferentes facetas de la profesión y determina con autonomía y criterio su adecuación a cada proyecto o <i>briefing</i> propuesto.	CT2
RA2: Investiga, analiza y reinterpreta nuevas tendencias estéticas, y es capaz de generar códigos estilísticos propios en distintos campos de actuación.	CG19
RA3: Genera diferentes <i>outfits</i> con el <i>software</i> adecuado adoptando un estilo acorde a los requisitos técnicos, estéticos y funcionales.	CE6
RA4: Examina (silueta, morfotipo, visajismo, estilo de vida, gustos personales, etc.), identifica e interpreta los diferentes perfiles de usuario para adecuarse a las necesidades del cliente y poder satisfacerlo en diferentes tipos de proyecto de estilismo.	CG1, CT8
RA5: Diseña con autonomía y originalidad un espacio comercial para publicitarlo, creando una atmósfera con el estilismo y atrezzo, dentro de unas variables dadas y diferenciando la identidad de marca de la empresa.	CG21, CE8

6. Contenidos

ESTILISMO BODEGÓN

- Conceptos y técnicas en un bodegón
- Lectura de las tendencias correspondientes.
- El producto moda en tiendas on line especializadas.

ESTILISMO DE PASARELA

- La puesta en escena y el estilismo de pasarela de desfiles de estudiantes de las mejores escuelas de Moda.
- Estilismo de pasarela de diseñadores de moda.

ESTILISMO PERSONAL, PERSONAL SHOPPER

- El cliente tipo.
 - Análisis *portrait*: Comportamiento. Actitud. Estilo de vida. Gustos. Necesidades
 - Análisis de la fisonomía. Silueta. Talla. Medidas. Estudio del rostro. Estudio del peinado.
- Búsqueda de señales de estilo personal:
 - Seguimiento del cliente (*costumer journey*) a pie de calle.
 - Análisis de la información: pruebas de vestuario, peluquería, maquillaje.
- Desarrollo de los conceptos mediante la composición de estilos. Fondo de armario: diseño de looks completos según ocasión de uso y función de uso. Sesión fotográfica: *look book*.

ESTILISMO COMERCIAL

- Análisis estilístico de la empresa.
- Códigos de identidad estilística.
- Valores de la marca.

ESTILISMO DE PUBLICIDAD Y DIRECCIÓN ARTÍSTICA

- Moda y estilo.
 - Reinterpretación de estilos y estéticas.
 - Análisis de las estéticas del pasado y su reinterpretación en la estética del presente a través de las tribus urbanas.
- La psicología y la semiología: el mensaje y los códigos visuales.
 - Detección de códigos visuales: estéticos y estilísticos.
 - Análisis de la moda y los estilismos través del cine, los *mass media*, la fotografía y el diseño editorial de las revistas de moda.
 - La moda a través del cine, la fotografía y la publicidad.
- Estilismos en Moda.
 - De la calle a la alta costura pasando por las principales marcas y diseñadores que han marcado el estilo de una época.
 - Identidad estilística, identidad de imagen y identidad distributiva.
 - Estudio de un caso de empresa, marca o diseñador.

7. Volumen de trabajo/ Metodología

La metodología empleada establece una dinámica de trabajo grupal que favorece y potencia la actitud colaboradora del grupo y permite desarrollar el conjunto de las actividades de forma más abierta, creativa y cercana a la realidad empresarial.

Las actividades proyectuales vinculan la fase de búsqueda y el estudio analítico a la experimentación e investigación empírica (a pie de calle) que aporte y llene el proyecto de significados reales.

El intercambio de datos y la búsqueda de información directa en las fases de búsqueda y análisis, dan como resultado conceptos más creativos y estrategias más competitivas que ayudan a resolver mejor las prácticas propuestas .

Se establece un ámbito de trabajo paralelo que se desarrollará tanto en el aula como en la red. De este modo las TICs se hacen necesarias y contribuyen a reforzar y potenciar los conocimientos adquiridos on –line y a ampliar los límites en el campo de trabajo.

Por otra parte, el uso de técnicas e instrumentos específicos que ayudan a la recogida de información y al análisis tanto de mercado como de perfiles de usuario, se considera absolutamente necesario a lo largo del proceso metodológico. Estas herramientas metodológicas ayudan al alumno a gestionar mejor la información y a resolver con mayor certeza y acierto, tomando decisiones que le garantizan el éxito.

Las clases son fundamentalmente prácticas, aunque al inicio de cada unidad el profesor hará una breve introducción de los aspectos más importantes, centrándose en la definición de conceptos y en todos aquellos puntos claves necesarios para llevar a cabo la investigación.

El control de trabajo se llevará a cabo dentro y fuera del aula con refuerzo tutorial.

La explicación de contenidos se fundamenta sobre la visualización de imágenes, vídeos, *films*, programas y diversos ejemplos a través de la web, cuyo objetivo se centra en potenciar el aprendizaje lúdico, dinámico y creativo, invitando a los alumnos a participar activamente en las clases, generando contenidos y propuestas libres dentro del aula o a través de la red mediante blogs, you tube...y otras herramientas de autoedición, que amplíen los significados y potencien la motivación personal, la colaboración activa y la dinámica grupal.

Los contenidos se apoyan con:

- Fuentes bibliográficas generales y específicas propias de la materia para facilitar el trabajo de investigación en su fase de búsqueda de información.
- Guiones y descriptores de las tareas a realizar.

Las entregas de trabajos se harán de *forma oral* (expositiva) acompañadas de una *memoria escrita* y un *book de trabajo* (se especifica en cada *breaf*).

7.1 Actividades de trabajo presencial			
<i>ACTIVIDADES</i>	<i>Metodología de enseñanza-aprendizaje</i>	<i>Relación con los Resultados de Aprendizaje</i>	<i>Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)</i>
<i>Clase presencial</i>	<i>Exposición de contenidos por parte del profesor o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.</i>	RA1 RA2	10

Clases prácticas	Sesiones de trabajo grupal en grupos supervisadas por el profesor. Estudio de casos, proyectos, talleres, problemas, estudio de campo, aula de informática, laboratorio, visitas a exposiciones/conciertos/ representaciones/audiciones..., búsqueda de datos, bibliotecas, en Internet, etc. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno.	RA1 RA2 RA3 RA4 RA5 RA6	20
Exposición trabajo en grupo	Aplicación de conocimientos interdisciplinares.	RA1 RA2 RA3 RA4 RA6	20
Tutoría	Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor/a con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, talleres, lecturas, realización de trabajos, proyectos, etc.	RA2	8
Evaluación	Conjunto de pruebas (orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial o formativa del alumno.	RA1 RA2	2
SUBTOTAL			60

7.2 Actividades de trabajo autónomo

ACTIVIDADES	Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)
Trabajo autónomo	Estudio del alumno/a: preparación y práctica individual de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.	RA1 RA2 RA3 RA4 RA5 RA6	20
Estudio práctico	Preparación en grupo de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.	RA1 RA2 RA3 RA4 RA5 RA6	66
Actividades complementarias	Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, congresos, conferencias,...	RA1 RA2	4
SUBTOTAL			90
TOTAL			150

8. Recursos

Entre los recursos podemos enumerar; pizarra, cañón, materiales multimedia, internet, biblioteca y el aula taller, así como todos los recursos disponibles en ella.

9. Evaluación

El proceso de evaluación se determinará en función de los resultados de aprendizaje esperados por el alumno respecto a las competencias propuestas para la asignatura.

Sistema de calificación:

Los resultados obtenidos por el alumno serán calificados de acuerdo a la siguiente escala numérica, de 0 a 10, con expresión de un decimal:

- De 0 a 4,9- Suspenso
- De 5,0 a 6,9- Aprobado
- De 7,0 a 8,9- Notable
- De 9,0 a 10- Sobresaliente.

La mención de "Matrícula de Honor" podrá otorgarse, a criterio del profesor, a los alumnos cuya calificación final sea igual o superior a un 9,0. Su número no podrá exceder del 5% de los estudiantes matriculados en la asignatura. Si el número de estudiantes es inferior a 20, solo podrá concederse una única "Matrícula de Honor".

9.1 Convocatoria ordinaria	
<i>9.1.1 Alumnos con evaluación continua</i>	
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados RA1 RA2 RA3 RA4 RA5 RA6
Proyecto1: 10% Proyecto 2: 15% Proyecto 3: 30% Proyecto 4: 20% Proyecto 5: 25% Los trabajos tendrán una rúbrica u otro instrumento de evaluación que especificará los indicadores y su valoración concreta, dicha rúbrica se desarrollará en la aplicación de la guía.	
<i>9.1.2 Alumnos con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)</i>	
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados RA1 RA2 RA3 RA4 RA5 RA6
Proyecto1: 5% Proyecto 2: 10% Proyecto 3: 25% Proyecto 4: 15% Proyecto 5: 20% EXAMEN TEORICO: 25 % Los trabajos tendrán una rúbrica u otro instrumento de evaluación que especificará los indicadores y su valoración concreta, dicha rúbrica se desarrollará en la aplicación de la guía.	

9.2 Convocatoria extraordinaria	
9.2.1 Alumnos con evaluación continua	
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
Proyecto1: 5% Proyecto 2: 15% Proyecto 3: 20% Proyecto 4: 10% Proyecto 5: 15% EXAMEN TEORICO: 35 % Los trabajos tendrán una rúbrica u otro instrumento de evaluación que especificará los indicadores y su valoración concreta, dicha rúbrica se desarrollará en la aplicación de la guía.	RA1 RA2 RA3 RA4 RA5 RA6
9.2.2 Alumnos con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)	
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
Proyecto1: 5% Proyecto 2: 10% Proyecto 3: 15% Proyecto 4: 10% Proyecto 5: 10% EXAMEN TEORICO: 25 % EXAMEN PRÁCTICO: 25 % Los trabajos tendrán una rúbrica u otro instrumento de evaluación que especificará los indicadores y su valoración concreta, dicha rúbrica se desarrollará en la aplicación de la guía.	RA1 RA2 RA3 RA4 RA5 RA6

10. Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:

Brand, J./ Teunissen, J. (2009). *Moda y Accesorios*. Barcelona: GG Moda.

Díaz Soloaga, P. (2014). *Comunicación y Gestión de Marcas de Moda*. Barcelona. GG Moda.

Feyerabend, F V. (2012). *Accesorios de Moda. Plantillas*. Barcelona: GG Moda.

Grose, V. (2012). *Merchandising de Moda*. Barcelona: GG.

Mcassey, J/ Buckley, C. (2011). *Estilismo de Moda. Manuales de Diseño de Moda*. Barcelona: GG.

BIBLIOGRAFÍA GENÉRICA:

- Flügel, J. C. (1964). *Psicología del Vestido*. Buenos Aires: Ed Paidós. Biblioteca del hombre contemporáneo.
- Kiper, A. (2014). *Fashion Portfolio. Design+Presentation*. China: Batsford.
- Lau, J. (2013). *Diseño de Accesorios. Manuales de Diseño de Moda*. Barcelona: GG.
- Manneyran, F. (2006). *50 Respuestas Sobre la Moda*. Barcelona: GG Moda.
- Morace, F. (1992). *Contratendencias*. Madrid: Celeste Ediciones.
- Posner, H. (2011). *Marketing de Moda*. Barcelona: GG Moda.
- Squicciarino, N. (1990). *El Vestido Habla*. Madrid: Cátedra. Signo e Imagen.
- Rivière, M. (1996). *Diccionario de la Moda. Los Estilos del siglo XX*. Barcelona: Grigalgo.
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.
- Sorger, R. & Udale, J. (2007). *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona: GG Moda.
- Takamura, Zeshu. (2010). *Diseño de Moda. Conceptos básicos y aplicaciones prácticas de ilustración de moda*. Barcelona: Promopress.
- Yates, J. /Gustavsen, Donna. (2011). *Profesión Moda*. Barcelona: GG Moda.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Revistas especializadas de moda: *Vogue Colecciones, Elle Colecciones, Telva Colecciones*, etc.
- Revistas internacionales: *Vogue, L'uomo, Homme+, Nylon, Flaunt, Crash, Purple Fashion, Spoon, 125, Another Magazine, Flux, Wonder land, 10, Danzed I, Thank*, etc.