



Título de Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores

GUIA DOCENTE

Estilismo de Moda 2022-23

Especialidad: **Diseño de Moda**

Curso **2022/2023**

→ 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	Grado en Diseño de Moda		
Departamento	Diseño de Moda		
Mail del departamento	moda@easdvalencia.com		
Asignatura	Estilismo de Moda		
Web	easdvalencia.com		
Horario			
Lugar impartición	Velluters	Horas semanales	5
Código		Créditos ECTS	6
Ciclo		Curso	3º
Duración	Semestral	Idioma	Castellano/Valenciano
Tipo de formación	O.E Específica Obligatoria	Tipo de asignatura	60% presencial 40% autónomo

DATOS DEL PROFESORADO

Docente/s responsable/s	Departamento Diseño de Moda
Correo electrónico	moda@easdvalencia.com
Horario tutorías	Consultar horario profesoras
Lugar de tutorías	Consultar horario profesoras



→ 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/a.

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

Se presentan a continuación las competencias a cuyo logro contribuye la asignatura de **Estilismo de Moda**.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT2	Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
CT8	Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
CT11	Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.

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 metodològia de investigació.
CG14	Valorar la dimensió del disseny com a factor de igualtat i de inclusió social, i com a transmissor de valors culturals.

COMPETENCIES ESPECÍFICAS

CE6	Fundamentar el procés creatiu en estratègies de investigació, metodològiques i estètiques.
CE8	Resoldre els problemes estètics, funcionals, tècnics i de realització que se planteen durant el desenvolupament i execució del projecte.

→ 5. Resultados de aprendizaje

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPETENCIAS RELACIONADAS
R1 - Distingue el significado de lo que es un/a estilista en las diferentes facetas de la profesión y determina con autonomía y criterio su adecuación a cada proyecto o briefing propuesto.	CT2
R2 - Investiga, analiza y reinterpreta nuevas tendencias estéticas, y es capaz de generar códigos estilísticos propios en distintos campos de actuación.	CG19
R3 - Genera diferentes <i>outfits</i> con el software adecuado adoptando un estilo acorde a los requisitos técnicos, estéticos y funcionales.	CE6
R4 - Examina (silueta, morfotipo, visajismo, estilo de vida, gustos personales, etc.), identifica e interpreta los diferentes perfiles de usuario/a para adecuarse a las necesidades del cliente y poder satisfacerlo en diferentes tipos de proyecto de estilismo.	CG1, CT8
R5 - Diseña con autonomía y originalidad un espacio comercial para publicitarlo, creando una atmósfera con el estilismo y <i>atrezzo</i> , dentro de unas variables dadas y diferenciando la identidad de marca de la empresa.	CG21, CE8
R6 - Se tiene en cuenta la perspectiva de género en el desarrollo de los proyectos, actividades o trabajos: se utiliza el lenguaje inclusivo, no se utilizan imágenes sexistas, se tiene en cuenta la diversidad.	CT11, CG14



→ 6. Contenidos

Unidad 1. Estilismo de Bodegón

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

Unidad 2. 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.

Unidad 3. Estilismo Personal Personal Shopper

El cliente tipo

- Análisis *portrait*: Comportamiento. Actitud. Estilo de vida. Gustos.
- Análisis de la fisionomía. Silueta. Talla. Medidas. Estudio del rostro. Estudio del peinado.

Búsqueda de señales de estilo personal:

- Seguimiento del cliente (*costumer journey*).
- 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.

Unidad 4. Estilismo Comercial

- Análisis estilístico de la empresa.
- Códigos de identidad estilística.
- Valores de marca.
- Escaparatismo y *visual merchandising*.

Unidad 5. 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

7.1 Actividades de trabajo presencial

ACTIVIDADES	Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)
<i>Clase presencial</i>	Exposición de contenidos por parte del profesorado o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.	R1 R2	10
<i>Clases prácticas</i>	Sesiones de trabajo grupal en grupos supervisadas por el o la docente. 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 alumnado. Exposiciones y defensas de trabajos.	R1 R2 R3 R4 R5 R6	40
<i>Tutoría</i>	Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor o tutora con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, talleres, lecturas, realización de trabajos, proyectos, etc.	R2	8
<i>Evaluación</i>	Conjunto de pruebas (orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial o formativa del alumnado.	R1 R2	2
SUBTOTAL			60

7.2 Actividades de trabajo autónomo

<i>Trabajo autónomo</i>	Estudio del alumno o alumna: 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.	R1 R2 R3 R4 R5 R6	20
<i>Estudio práctico</i>	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.	R1 R2 R3 R4 R5 R6	66



<i>Actividades complementarias</i>	Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, congresos, conferencias,...	R1 R2	4
SUBTOTAL			90
TOTAL			150

Durante el curso la asignatura se coordinará con las asignaturas de colección de autor e indumentaria estética.

→ 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 alumnado respecto a las competencias propuestas para la asignatura.

Sistema de calificación:

Los resultados obtenidos 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”.

En el caso de que el estudiante copie y/o plagie en los exámenes y/o trabajos, o entregue ejercicios no realizados por él mismo/a, suspenderá automáticamente la convocatoria. Será criterio del profesor/a si lo considera necesario, realizar una prueba práctica extra.

9.1 Convocatoria ordinaria

9.1.1 Alumnado con evaluación continua

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
--	-------------------------------------



<p> Proyecto Unidad 1: 10% Proyecto Unidad 2: 20% Proyecto Unidad 3: 25% Proyecto Unidad 4: 15% Proyecto Unidad 5: 30% </p> <p>Los trabajos tendrán una rúbrica de evaluación que especificará los indicadores y su valoración concreta, dicha rúbrica se desarrollará en la aplicación de la guía.</p>	<p>R1 R2 R3 R4 R5 R6</p>
---	------------------------------

9.1.2 Alumnado con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
<p> Proyecto 1: 5% Proyecto 2: 10% Proyecto 3: 20% Proyecto 4: 10% Proyecto 5: 25% </p> <p>Examen teórico o Proyecto extra: 30 %</p> <p>Los trabajos tendrán una rúbrica de evaluación que especificará los indicadores y su valoración concreta, dicha rúbrica se desarrollará en la aplicación de la guía.</p>	<p>R1 R2 R3 R4 R5 R6</p>

9.2 Convocatoria extraordinaria

9.2.1 Alumnado con evaluación continua

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados



<p>Proyecto 1: 5% Proyecto 2: 10% Proyecto 3: 20% Proyecto 4: 10% Proyecto 5: 25%</p> <p>Examen teórico o Proyecto extra: 30 %</p> <p>Los trabajos tendrán una rúbrica de evaluación que especificará los indicadores y su valoración concreta, dicha rúbrica se desarrollará en la aplicación de la guía.</p>	<p>R1 R2 R3 R4 R5 R6</p>
--	------------------------------

9.2.2 Alumnado con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
<p>Proyecto 1: 5% Proyecto 2: 10% Proyecto 3: 20% Proyecto 4: 10% Proyecto 5: 25%</p> <p>Examen teórico o Proyecto extra: 30 %</p> <p>Los trabajos tendrán una rúbrica de evaluación que especificará los indicadores y su valoración concreta, dicha rúbrica se desarrollará en la aplicación de la guía.</p>	<p>R1 R2 R3 R4 R5 R6</p>

→ 10. Bibliografía

Griffiths, Danielle (2016). *Manual de estilista*. Barcelona: GG Moda.

Blanco, Cristina (2016). *Objetivo Influencer*. Madrid: Arcopress.

González, Pedro (2015). *Manual del estilista*. Madrid: Almuzara.

Brand, Jan y Teunissen, Jose (2009). *Moda y Accesorios*. Barcelona: GG Moda.

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

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



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

Mcassey, Jacqueline y Buckley, Clare (2011). *Estilismo de Moda. Manuales de Diseño de Moda*. Barcelona: GG Moda.

Flügel, John Carl (1964). *Psicología del Vestido*. Buenos Aires: Ed Paidós. Biblioteca del hombre contemporáneo.

Lau, John (2013). *Diseño de Accesorios. Manuales de Diseño de Moda*. Barcelona: GG.

Manneyran, Frédéric (2006). *50 Respuestas Sobre la Moda*. Barcelona: GG Moda.

Morace, Francesco (1992). *Contratendencias*. Madrid: Celeste Ediciones.

Posner, Harriet (2011). *Marketing de Moda*. Barcelona: GG Moda.

Squicciarino, Niccola (1990). *El Vestido Habla*. Madrid: Cátedra. Signo e Imagen.

Rivière, M. (1996). *Diccionario de la Moda. Los Estilos del siglo XX*. Barcelona: Grigalgo.

Saltzman, Andrea (2004). *El cuerpo diseñado. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós.

Sorger, Richard y Udale, Jenny (2007). *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona: GG Moda.

Yates, Julia y Gustavsen, Donna. (2011). *Profesión Moda*. Barcelona: GG Moda.

Bibliografía complementaria:

Catálogo de tendencias.

Revistas especializadas de moda: Vogue Colecciones, Elle Colecciones, Harper´s Bazaar, etc.

Revistas internacionales: Vogue, L'uomo, Homme+, Nylon, Flaunt, Crash, Purple Fashion, Spoon, 125, Another Magazine, Flux, Wonder land, 10, Danzed I, Thank, etc.