



Máster en Enseñanzas Artísticas

GUIA DOCENTE

MODA Y COMUNICACIÓN

2026-27

Especialidad: Diseño de moda

Curso **2026/2027**

→ 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	Máster en Co - diseño de moda y sostenibilidad		
Departamento			
Mail del departamento	mastermoda@easdvalencia.com		
Asignatura	MODA Y COMUNICACIÓN		
Web	easdvalencia.com		
Horario			
Lugar impartición	Velluters	Horas semanales	4
Código		Créditos ECTS	4
Ciclo		Curso	Máster
Duración	Semestral	Idioma	Castellano
Tipo de formación	Obligatoria	Tipo de asignatura	Teórico - práctica

DATOS DEL PROFESORADO



Docente/s responsable/s	Profesional externo
Correo electrónico	Por determinar
Horario tutorías	Tutorías online bajo petición
Lugar de tutorías	



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

El objetivo de la presente asignatura se basa sobre la adquisición de conocimientos de gestión colaborativa.

En base a esto la asignatura analiza las principales plataformas de gestión colaborativa de la sociedad facilitando y capacitando al alumno en la creación, gestión y comunicación de sus proyectos. Consecuentemente se espera que el alumno adquiera y potencie sus competencias en la red, mediante el uso adecuado de herramientas on line que lo hagan más competitivo. Así mismo se centra en el estudio de las formas de expresión y comunicación de la prenda a través del análisis del lenguaje de los signos que se derivan de los aspectos simbólicos del producto. Se potencia la relación dialéctica entre el usuario-objeto según la lógica del placer individual basado en el bienestar, la funcionalidad y placer en sí mismo desde el privatismo individualista y desde la comunidad.

De esta forma se plantea la realización de un plan de comunicación de las creaciones de moda sostenible propuestas.

→ 3. Conocimientos previos recomendados

Se recomienda el manejo del pack de Adobe (Especialmente Indesign, Photoshop y Premiere). Conocimientos básicos sobre el uso de cámara de fotografía y de teléfono móvil.

→ 4. Competencias de la asignatura

Se presentan a continuación las competencias a cuyo logro contribuye la asignatura de **MODA Y COMUNICACIÓN**

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT02	Compartir tareas y responsabilidades trabajando en equipo de forma colaborativa en entornos multiculturales y/o multidisciplinares.
CT04	Trabajar de forma autónoma, con responsabilidad e iniciativa.

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB01	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco
------	--



	conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
CB02	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CB03	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CB04	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
CB05	Tener la capacidad de integrar conocimientos en ámbitos prácticos y/o creativos, y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que incluya reflexiones sobre el diseño, y en su caso, sean capaces de integrar responsabilidades sociales y éticas.
CB06	Dar una respuesta satisfactoria a las necesidades y demandas personales, organizativas y sociales, modificando e introduciendo elementos nuevos en los procesos y en los resultados

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE01	Diseñar colecciones innovadoras, que respondan a las necesidades del mercado y a los criterios de empresa de diseño conceptual, sostenible y colaborativo.
CE02	Comunicar propuestas de moda de forma innovadora, reflexiva y con identidad propia.
CE04	Valorar los aspectos estéticos, simbólicos, semánticos y comunicativos del
CE05	Verificar la viabilidad técnica, productiva, económica y comunicativa de la propuesta de diseño.



→ 5. Resultados de aprendizaje

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPETENCIAS RELACIONADAS
R1 - Gestionar la adquisición, estructuración, análisis y visualización de datos de la especialidad.	CB01
R2 - Hacerse preguntas sobre la realidad que le rodea a uno y participar activamente en los debates en torno a la misma, analizando los juicios que se formulan y reflexionando sobre las consecuencias de las decisiones propias y ajenas.	CB02
R3 - Analizar la coherencia de los juicios propios y ajenos, y valorar las implicaciones personales y sociales de los mismos.	CB02
R4 - Tomar la palabra en grupo con facilidad; transmitir convicción y seguridad y adaptar el discurso a las exigencias formales requeridas.	CB03
R5 - Incorporar los aprendizajes propuestos por los expertos y mostrar una actitud activa a su asimilación.	CB04
R6 - Utilizar sus capacidades y los recursos de que dispone para alcanzar los objetivos de diseño.	CB05
R7 - Generar ideas originales de calidad y alternativas innovadoras, que se puedan plasmar de una manera formal y defenderlas en situaciones y/o problemas tanto conocidos como desconocidos.	CB06
R8 - Expresar las propias ideas de forma estructurada e inteligible, interviniendo con relevancia y oportunidad tanto en situaciones de intercambio, como en más formales y estructuradas.	CB03
R9- Desarrollar conceptos, experimentar y buscar las soluciones proyectuales adecuadas para ejecutar las propuestas en busca de un lenguaje propio.	CE01



R10 - Desarrollar gráfica y técnicamente propuestas de diseño.	CE02
R11 - Estudiar y determinar los procesos de producción y los materiales y medios adecuados para la fabricación y comunicación del producto.	CE05
R12 - Valorar las propuestas de diseño resultantes y contrastarlas con los objetivos planteados en el proyecto.	CE04



→ 6. Contenidos

Unidad 1. Gestión y creación de redes sociales

Unidad 2. Métodos y herramientas para la gestión colaborativa.

Unidad 3. Herramientas para la cocreación. La comunicación y el emprendedor.

→ 7. Volumen de trabajo/ Metodología

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.	R01CB 01 R02CB 02 R01CB 04	20
<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	R02CB 02 R03CB 03 R03CB 02 R01CE0 4 R01CE0 5	20



<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.	R 0 2 C B 0 3 R 0 1 C B 0 4 R 0 1 C B 0 3 R 0 1 C E 0 1	15
<i>Evaluación</i>	Conjunto de pruebas (orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial o formativa del alumnado.	R 0 1 C B 0 5 R 0 1 C E 0 3	5
SUBTOTAL			

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.	R01CB01 R01CB06	25
<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.	R01CB05	10
<i>Actividades complementarias</i>	Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, congresos, conferencias,...	R01CE02	5
SUBTOTAL			40
TOTAL			100

→ 8. Recursos

Apuntes y presentaciones elaborados por el profesor.

Recursos multimedia.

Páginas web.

Cañón de proyección.

Pizarra.

Redes sociales.

Revistas y artículos especializados

Biblioteca

Plató Fotografía

Cámaras fotográficas



→ 9. Evaluación

1. Convocatoria ordinaria

1.1. Alumnado con evaluación continua

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
Elaboración y presentación de trabajos en grupo e individuales. CRITERIO DE EVALUACIÓN/CALIFICACIÓN: 95% - Los trabajos tendrán una rúbrica que especificará los criterios de calificación y la ponderación de cada uno. - Todos los trabajos deben tener una calificación mínima de 5 para poder aprobar la asignatura. - Los trabajos presentados fuera de la fecha de entrega establecida tendrán una penalización del 15%. - Se permite el uso de inteligencia artificial (IA) en los trabajos académicos siempre que se indique claramente qué herramientas se han utilizado y con qué propósito (búsqueda, redacción, corrección, etc.). La evaluación priorizará la comprensión, el pensamiento crítico y la aportación personal del estudiante. El uso no declarado o que sustituya la autoría será penalizado según reglamento del centro. Participación e implicación del alumnado en todos los procesos de trabajo (Actitud) CRITERIO DE EVALUACIÓN/CALIFICACIÓN: 5%: Se valorará la participación y la implicación del alumno en todos los procesos de trabajo.	Todos los señalado s



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

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
Elaboración y presentación de trabajos en grupo e individuales. CRITERIO DE EVALUACIÓN/CALIFICACIÓN: 100% - Los trabajos tendrán una rúbrica que especificará los criterios de calificación y la ponderación de cada uno. - Todos los trabajos deben tener una calificación mínima de 5 para poder aprobar la asignatura. - Se permite el uso de inteligencia artificial (IA) en los trabajos académicos siempre que se indique claramente qué herramientas se han utilizado y con qué propósito (búsqueda, redacción, corrección, etc.). La evaluación priorizará la comprensión, el pensamiento crítico y la aportación personal del estudiante. El uso no declarado o que sustituya la autoría será penalizado según reglamento del centro.	Todos los señalados

2. Convocatoria extraordinaria

1.3. Alumnado con evaluación continua

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
Ídem evaluación continua ordinaria	Todos los señalados

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

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
Ídem evaluación con pérdida de continua ordinaria	Todos los señalados



→ **10. Bibliografía**

- BARTHES, ROLAND, El sistema de la moda y otros escritos, Paidós Comunicación, Barcelona, 2003
- BROWN, SASS. Eco Fashion: Moda con conciencia ecológica y social. Barcelona, Blume, 2010.
- BROWN, SASS, Refashioned. Moda vanguardista con materiales reutilizados, Blume, Barcelona, 2014
- DÍAZ SOLOAGA, PALOMA, Comunicación y gestión de marcas de moda, GG, Barcelona, 2014
- ESTRELLA, A.M. y SEGOVIA C. Comunicación Integrada de Marketing. ESIC Editorial, 2016.
- FLETCHER, KATE y GROSE, LYNDIA. Gestionar la Sostenibilidad en la moda. Blume. 2012
- FFOULKES, Fiona, Cómo leer la moda. Una guía para comprender los estilos, Akal, Madrid, 2011
- LANNELONGUE, MARIE-PIERRE, Los secretos de la moda al descubierto, GG, Barcelona, 2008
- LURIE, ALISON, El lenguaje de la moda. Una interpretación de las formas de vestir, Paidós Ibérica, Madrid, 2013
- MACKENZIE, MAIRI, ...ismos para entender la moda, Turner, Barcelona, 2010
- MARTINEZ BARREIRO, ANA MARIA, La moda en las sociedades modernas, Tecnos, Madrid, 1998
- MARTÍNEZ NAVARRO, GEMA, Marketing y Comunicación de Moda. Ed. ESIC. 2017.
- PINTADO, T. y SÁNCHEZ, J. (coordinadores) Nuevas Tendencias en comunicación estratégica. ESIC Editorial. 3ed, 2014
- SALCEDO, ELENA. Moda ética para un futuro sostenible, G. G. moda, 2014
- SQUICCIARINO, N.: El vestido habla: consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria, Cátedra, Madrid, 2012

Bibliografía complementaria:

VIÑOLAS MARLET, JOAQUÍN. Diseño ecológico, Barcelona, Blume, 2005

<http://www.esdi.url.edu/content/pdf/blogs-de-moda-encarna.pdf>