



XUNTA DE GALICIA

CONSELLERÍA DE CULTURA, EDUCACIÓN
E ORDENACIÓN UNIVERSITARIA

**Dirección Xeral de Educación, Formación Profesional e Innovación Educativa
Rede de Escolas de Arte e Superiores de Deseño de Galicia**

Guía docente

Título superior de deseño

Especialidade: Moda

Disciplina: Mercadotecnia da moda

Índice

1	Identificación e contextualización.....	3
2	Descrición da disciplina.....	3
	2.1. Descritores.....	3
	2.2. Relación con outras disciplinas de contidos progresivos.....	3
	2.3. Interese da disciplina para a consecución dos obxectivos da titulación.....	3
	2.4. Metodoloxía.....	4
3	Obxectivos.....	5
4	Competencias que se desenvolven na disciplina.....	5
	4.1. Competencias transversais.....	5
	4.2. Competencias xerais.....	5
	4.3. Competencias específicas da titulación.....	5
5	Organización dos contidos.....	5
	5.1. Contidos.....	5
	5.2. Organización.....	6
6	Procedemento de avaliación.....	6



1 Identificación e contextualización

Datos da disciplina					
Escolas	EASD Mestre Mateo				
Web escolas	www.easd.es				
Mail escolas	escola.arte.mestre.mateo@edu.xunta.es				
Materia	Xestión do deseño de moda				
Disciplina	Mercadotecnia da moda				
Carácter	Obrigatoria na Especialidade (O.E.)	Tipo	Teórico-Práctica (T.P.)	Duración	Anual
Curso	2º			Créditos ECTS	4
Horas de clase semanais		2			
Horas de traballo non presencial		24			
Horas de titoría		4			

2 Descrición da disciplina

2.1. Descritores

- Técnicas de análise de mercado. Comunicación e mercadotecnia aplicada ao deseño de moda.
- O contorno da moda. Planificación estratéxica. Estratexia da marca: extensión da marca.
- O mercado da moda. Segmentación e investigación comercial. Posicionamento. Comportamento do/a consumidor/a de moda. Instrumentos da mercadotecnia. Xestión da calidade.
- Métodos da investigación e experimentación propios da materia.

2.2. Relación con outras disciplinas de contidos progresivos

Esta disciplina non ten relación con outras de contidos progresivos.

2.3. Interese da disciplina para a consecución dos obxectivos da titulación

- Coñecer o mercado da moda.

- Analizar o contorno da moda en aras a realizar proxectos de deseño eficientes, dacordo coas necesidades do mercado.

2.4. Metodoloxía

Actividades introdutorias

Explicación aos alumnos/as do desenvolvemento da materia ao longo do curso, incidindo nas competencias e nos contidos que se traballan, a metodoloxía e o sistema de avaliación.

Exposición maxistral

Explicación por parte do profesorado na aula dos contidos dos temas ou unidades didácticas enumeradas.

Prácticas presenciais

Resolución por parte do alumnado dos exercicios prácticos propostos en cada tema, a partires dos contidos teóricos.

Prácticas non presenciais

Resolución por parte do alumnado das actividades e problemas propostos nalgúns temas mediante traballos autoxestionados onde completará os coñecementos teórico-prácticos.

Exposición e debate

Exposición e defensa por parte do alumnado de algún dos traballos realizados o longo do curso.

Titorías docentes

A súa finalidade é resolver dúbidas, tutelar e coordinar as prácticas.

Actividades de avaliación

- Formativa.
 - Comprende o funcionamento cognitivo fronte as tarefas.
 - Adaptar os procesos aos progresos e dificultades.
- Sumativa.
 - Comprobar si se adquiriron as competencias previas.
 - Establecer balances dos resultados.



Actividades complementarias

Actividades realizadas para complementar a formación, academicamente dirixidas, relacionadas cos contidos e realizadas no centro ou fora del.

3 Obxectivos

Acadar as competencias transversais, xerais e específicas da titulación durante o desenvolvemento da disciplina.

4 Competencias que se desenvolven na disciplina

4.1. Competencias transversais

T.2. Recoller información significativa, analízala, sintetízala e xestionala adecuadamente.

T.3. Solucionar problemas e tomar decisións que respondan aos obxectivos do traballo que se realiza.

T.8. Desenvolver razoada e criticamente ideas e argumentos.

T.10. Liderar e xestionar grupos de traballo.

T.14. Dominar a metodoloxía de investigación na xeración de proxectos, ideas e solucións viables.

4.2. Competencias xerais

X.7. Organizar, dirixir e/ou coordinar equipos de traballo e saber adaptarse a equipos multidisciplinares.

X.8. Proponer estratexias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funcións, necesidades e materiais.

X.9. Investigar nos aspectos intanxibles e simbólicos que inciden na calidade.

X.10. Ser capaces de adaptarse aos cambios e á evolución tecnolóxica industrial.

X.13. Coñecer o contexto económico, social e cultural no que ten lugar o deseño.

X.16. Ser capaces de encontratr solucións ambientalmente sostibles.

X.19. Demostrar capacidade crítica e saber formular estratexias de investigación.

X.21. Dominar a metodoloxía de investigación.

X.22. Analizar, avaliar e verificar a viabilidade produtiva dos proxectos, desde criterios de innovación, xestión empresarial e demandas de mercado.

4.3. Competencias específicas da titulación

E.M.9. Analizar os estudos de mercado e a súa incidencia no desenvolvemento de novos produtos e coleccións.

E.M.12. Coñecer o marco económico e organizativo en que se desenvolve a actividade empresarial.

E.M.13. Coñecer o contexto económico, social, cultural e histórico en que se desenvolve o deseño de moda e indumentaria.

E.M.14. Comprender o marco legal e regulamentario que regula a actividade profesional, a seguridade e saúde laboral e a propiedade intelectual e industrial.

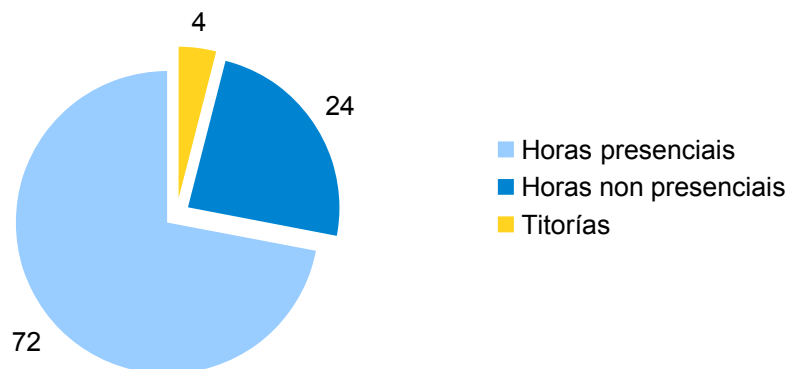
E.M.15. Reflexionar sobre a influencia social positiva do deseño, a súa incidencia na mellora da calidade de vida e do ambiente e a súa capacidade para xerar identidade, innovación e calidade na produción.

5 Organización dos contidos

5.1. Contidos

- Concepto e utilidade da mercadotecnia.
- O mercado e os consumidores.
- A segmentación e o posicionamento.
- A investigación comercial.
- A planificación de mercadotecnia.
- Os elementos do *marketing mix*.

5.2. Organización





6 Procedemento de avaliación

A ensinanza é de carácter presencial e asistencia obrigatoria.

A avaliación é continua e o alumno/a disporá de dúas convocatorias por ano académico, ordinaria e extraordinaria.