

1. DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA ASIGNATURA

Titulación	Máster en Diseño e Innovación de Calzado
Asignatura	Estilismo y nuevas tendencias estéticas
Materia	Documentación y comunicación
Departamento responsable de la docencia	Diseño de Moda
Idiomas en los que se imparte	Español
Idiomas material de lectura/audiovisual	Español
Carácter	Obligatorio
Semestre	1º
Créditos ECTS	3
Horas presenciales	30
Horas de trabajo autónomo	45

2. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura aborda las claves y el contexto que ayudan a comprender las diferentes corrientes estéticas del calzado en relación a la moda.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas	CB2 CB3 CB4
Competencias específicas del máster	CE2 CE8
Competencias específicas de la asignatura	- Analizar los estudios de mercado, las tendencias y su incidencia en el desarrollo de proyectos de estilismo. - Identificar el contexto económico, social y cultural en el que se desarrolla el diseño de calzado. - Generar propuestas creativas de estilismo adecuadas a condicionamientos materiales, funcionales. - Generar propuestas de diseño adecuadas a los condicionamientos estéticos, funcionales y comunicativos. - Hacer análisis de mercado y prever su incidencia en el desarrollo de nuevos productos.
Resultados de aprendizaje	- RA-CB2. Reflexionar sobre las responsabilidades sociales y éticas de la práctica del diseño de calzado. - RA-CB3. Sabe comunicar y transmitir conclusiones e ideas de forma estructurada e inteligible. - RA-CB4. Saber plantear y gestionar el desarrollo de proyectos de autoproducción. - RA-CE2. Transfiere las características finales de la colección de calzado en su presentación y comunicación, haciendo uso de los medios gráficos y comunicativos oportunos.

- RA-CE8. Conoce, valora y tiene una visión crítica acerca de las creaciones más significativas del diseño de calzado a lo largo de la historia.

Objetivos formativos del máster

- Fomentar en los estudiantes la capacidad de generar proyectos de calzado de modo profesional, reflexivo, continuo y avanzado.
- Dotar al alumno de la aptitud y la experiencia de diseñar calzado pensado para el usuario, a partir del trabajo en equipo y la creación de ideas y conceptos.
- Proporcionar al alumno los contenidos necesarios para alcanzar un nivel avanzado de conocimientos y habilidades basados en la realidad empresarial del calzado y en el entorno cultural, social y económico, a partir de la experimentación, y profundizando en los procesos de creación, para de manera efectiva y eficiente, desarrollar un calzado innovador centrado en el usuario, rentable y sostenible.
- Potenciar las habilidades creativas, técnicas y artesanales del alumno con el fin de generar nuevas ideas, descubrir nuevas maneras de enfocar y solucionar los problemas de diseño de calzado existentes y de encontrar nuevas vías de comunicación y producción en el sector calzado.
- Fomentar la ambición personal por mejorar, innovar y emprender en el sector del calzado.
- Preparar a los diseñadores para la entrada al mundo profesional del calzado al máximo nivel.
- Proporcionar a los estudiantes las experiencias, herramientas y actividades formativas en el sector de calzado necesarias para que, a través de una visión humanista de la profesión, puedan desarrollar una conciencia profesional, social, ética y medioambiental.

4. CONTENIDOS CURRICULARES**• Bloque 1 | Corrientes artísticas y estéticas**

1. Principales corrientes estéticas
 - Corrientes artísticas en la segunda mitad del siglo XX
2. Identificación de las diferentes tendencias estéticas y estilísticas del pasado y presente en el ámbito de la indumentaria, de la moda y del calzado
 - Tendencias estéticas y estilísticas de la segunda mitad del s. XX
 - Tendencias estéticas y estilísticas en la actualidad

• Bloque 2 | Las tendencias

3. Análisis de tendencias y su aplicación
 - Identificación y aplicación de las tendencias al proyecto de calzado

• Bloque 3 | Estilismo de calzado

4. Introducción al estilismo
 - El estilismo de moda, orígenes y áreas del estilismo
 - La investigación, contextos y referentes en estilismo
 - La preparación del proyecto de estilismo
5. Comunicación del producto: catálogos, editoriales, campañas publicitarias
 - El catálogo de calzado, una herramienta para contar la propuesta
 - Las editoriales de moda. El calzado en las revistas
 - La campaña publicitaria de calzado
6. Estudio de espacios comerciales de calzado
 - Exhibir el calzado. El estilismo de bodegones
 - El escaparate, lienzo en blanco

5. CRONOGRAMA Y ACTIVIDADES OBLIGATORIAS

Durante el desarrollo de la asignatura se plantea la realización de distintas actividades sobre los contenidos impartidos en el aula —que serán evaluadas y calificadas desde la asignatura— y cuyos conocimientos se aplicarán y se pondrán en práctica en los tres proyectos planteados en coordinación con el resto de las materias impartidas en el máster:

Actividad Descripción	Nº de semanas
Actividad 1 Proyecto de calzado tradicional.	6
Actividad 2 Proyecto de calzado técnico.	6
Actividad 3 Diseño de colección utilizando la metodología del <i>upcycling</i> .	3

6. TIEMPO DE TRABAJO

Actividad formativa	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Volumen de trabajo total
Presentación asignatura	1	1	2
Clase expositiva/teórica	15	15	30
Aprendizaje orientado a proyectos	10	20	30
Tutorías		1	1
Presentaciones orales	2	3	5
Examen	2	5	7
Total	30	45	75

7. METODOLOGÍA DOCENTE

Actividades formativas

- Clases impartidas por el profesor con material audiovisual y de lectura para su discusión en clase.
- Seminarios: espacio para la reflexión y profundización de los contenidos.

Actividades presenciales

- Estudio de casos.
- Toma de apuntes.
- Exposiciones orales por parte del alumno.
- Comentarios regulares de reportajes del sector del calzado, la moda y tendencias para el desarrollo del espíritu crítico y del trabajo individual o en grupo.

Actividades no presenciales

- Estudio del material bibliográfico para su posterior análisis y comentarios.
- Lecturas y consulta de la bibliografía, visualización de documentales y prácticas.

Clases teóricas

- Se utilizará la clase magistral, mediante la transmisión de información en un tiempo ocupado principalmente por la exposición oral y el apoyo de las TICs. Durante dicha exposición se podrán plantear preguntas o resolver las dudas que puedan plantearse y orientar la búsqueda de información.
- Se propiciará la participación del alumno y el debate sobre los contenidos que se impartan.

Clases prácticas

- Se aplicará el estudio de casos, el aprendizaje basado en problemas y orientado a proyectos concretos.
- El alumno pondrá en práctica de forma inmediata los conocimientos que gradualmente se vayan adquiriendo. En este sentido, se intentará que sea el alumno quien, siguiendo una pauta dada, intente resolver por sí mismo los problemas planteados en el aula.
- Dentro de esta metodología activa, se llevarán a cabo puestas en común que, al ser comentadas y visionadas por toda la clase, enriquecerán los conocimientos del grupo e invitarán al intercambio de ideas.

Sesiones de tutoría/seguimiento

- Durante estas sesiones el estudiante podrá:
 - Preguntar al profesor todas aquellas dudas que no hayan podido ser solucionadas durante las clases presenciales teóricas.
 - Solicitar bibliografía de ampliación específica de algún tema concreto y/o cualquier otro tipo de información relacionada con la asignatura.
- El docente realizará un seguimiento individualizado de los alumnos, supervisando y orientando más directamente el proceso a seguir en cada una de las actividades realizadas.

8. EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Procedimiento de evaluación	Indicadores de calidad	Evaluación continua	Pérdida evaluación continua*
Trabajo / participación	- Asistencia y participación activa a clase. - Asistencia y participación en actividades relacionadas con la asignatura. - Evolución y desarrollo diario. - Trabajo en equipo.	20%	
Trabajos y presentaciones	- Adecuada realización de trabajos de investigación. - Capacidad analítica y crítica de estudios de casos. - Correctas exposiciones orales.	40%	60%
Examen	- Prueba escrita que valora el desarrollo de las capacidades analíticas y de síntesis de las cuestiones, y adquisición de los conocimientos adquiridos en sesiones teórico-prácticas, seminarios y lecturas.	40%	40%

*La pérdida de evaluación continua puede darse en dos supuestos:

- La asistencia a clase es obligatoria. Según acuerdo de la Comisión de Coordinación Docente, la superación del 15% de faltas de asistencia hará que se pierda el derecho a la evaluación continua, pudiendo examinarse en la evaluación ordinaria y extraordinaria.
- Cuando el alumno no ha realizado la entrega de ninguna actividad obligatoria o de muy pocas y, por tanto, el docente considere que no puede darse una evaluación continua de su aprendizaje.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA		
Procedimiento de evaluación	Indicadores de calidad	Ponderación
Trabajos y presentaciones	- Adecuada realización de trabajos de investigación. - Capacidad analítica y crítica de estudios de casos. - Correctas exposiciones orales.	60%
Examen	- Prueba escrita que valora el desarrollo de las capacidades analíticas y de síntesis de las cuestiones, y adquisición de los conocimientos adquiridos en sesiones teórico-prácticas, seminarios y lecturas.	40%

9. RECURSOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Materiales y recursos didácticos

- Se facilitará al alumno documentación bibliográfica, ejemplos y material didáctico para que pueda hacer un seguimiento completo de la asignatura. Así mismo se podrán visionar y comentar webs y audiovisuales que servirán de apoyo y ejemplo para la realización de proyectos concretos.
- El alumno tendrá libre acceso a la biblioteca de la ESDIR, revistas y libros aportados por el profesor y acceso al plató y al material de fotografía.
- Materiales aconsejables para el estudiante: ordenador portátil con conexión wifi, cuadernos de dibujo para el desarrollo de ideas y revistas de moda y otros campos.

Bibliografía

- Blackman, C. (2012). *100 años de moda*. Blume
- Bradley Q. (2018). *Atlas Ilustrado de las Botas*. Susaeta.
- Cox, C. (2008). *Calzados Vintage. Calzado del siglo xx: diseños y diseñadores*. Parramón. Arquitectura y Diseño.
- Czerwinski, M. (2009). *Fifty shoes that changed the world*. Design Museum.
- Gallart, V.; Mir, E. (2021). *Viaje a través de la moda. Diseñadores, iconos y estilos de los siglos XX y XXI*. Alba Editorial.
- Gil Martín, V. A. (2009). *Coolhunting: El arte y la ciencia de descifrar tendencias*. Empresa Activa.
- Gingeras, A.M. (2006). *Guy Bourdin*. Phaidon
- Griffiths, D. (2016). *Manual del estilista de moda*. Gustavo Gili.
- Guasch, A.M. (2000). *El arte último del siglo XX. Del posminimalismo a lo multicultural*. Alianza Forma.
- Hamish, B. (2011). *Vogue. The Covers*. Harry Abrams
- Hollanda Rae Jone, G. (2018). *Predecir las tendencias de moda. Cómo adquirir la práctica y habilidades necesarias*. Promopress.
- Mairi, M. (2010). *Ismos para entender la moda*. Turner.
- McAssey J. / Buckley, C. (2011). *Estilismo de Moda*. Gustavo Gili.
- Muir, R.(2016). *Vogue 100. Un siglo de estilo*. Blume
- Nick, Y. (2005). *Getty Images. Decades 1900s-1990s*. Könemann
- Phillips, S. (2021). *Ismos para entender el arte moderno*. Turner.
- Raymond, M. (2010). *Tendencias: qué son, cómo identificarlas, en qué fijarnos, cómo leerlas*. Promopress.

Seeling, C. (2011). *Moda, 150 años de modistos, diseñadores y marcas*. H.F. Ullmann
Viaux, N. (2009). *Contemporary fashion photographers*. Daab
Worsley, H. (2011). *Décadas de moda. Desde 1900 hasta hoy*. H.F. Ullmann.

Revistas especializadas

Editoriales de moda para documentación e investigación:

Vogue / Harper's Bazaar / Elle / YoDonna / Marie Claire / L'Officiel / Esquire / SModa / Dazed & Confused /
Another Magazine / Another Man / SSAW Magazine / Visionaire / The Face / Kluidmag / WWD / Dust / Neo2
/ W Magazine / Monocle / Show Details / i-D / Tank / Love / Metal Magazine.