

## 1. DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA ASIGNATURA

|                                                |                                                       |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Titulación</b>                              | Máster en Diseño e Innovación de Calzado              |
| <b>Asignatura</b>                              | <b>Gestión e Innovación para el diseño de calzado</b> |
| <b>Materia</b>                                 | Comercialización y análisis de diseño de calzado      |
| <b>Departamento responsable de la docencia</b> | Arte                                                  |
| <b>Idiomas en los que se imparte</b>           | Español                                               |
| <b>Idiomas material de lectura/audiovisual</b> | Español                                               |
| <b>Carácter</b>                                | Obligatorio                                           |
| <b>Semestre</b>                                | 1º                                                    |
| <b>Créditos ECTS</b>                           | 4                                                     |
| <b>Horas presenciales</b>                      | 45                                                    |
| <b>Horas de trabajo autónomo</b>               | 55                                                    |

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

El objetivo de la asignatura se centra en optimizar y aplicar procesos de gestión completos y adecuados al producto y en el desarrollo de estrategias sostenibles para el desarrollo de productos innovadores, siguiendo criterios de responsabilidad social y dimensión ética.

## 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

|                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Competencias básicas</b>                      | CB1   CB2   CB3   CB4   CB5   CB6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Competencias específicas del máster</b>       | CE2   CE5   CE7                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Competencias específicas de la asignatura</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definir las características de la colección de calzado para así comunicar y presentar de manera eficaz el proyecto.</li> <li>- Determinar la viabilidad funcional, técnica, productiva, económica y comunicativa de la propuesta de diseño de calzado en función de los objetivos marcados por el briefing del proyecto y atendiendo al target específico de la empresa.</li> <li>- Ser capaz de determinar la rentabilidad del producto de calzado desde aspectos de comercialización y distribución.</li> </ul> |
| <b>Resultados de aprendizaje</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- RA-CB1. Resuelve de forma activa la consecución de objetivos en colaboración con otros profesionales, áreas u organizaciones.</li> <li>- RA-CB2. Reflexionar sobre las responsabilidades sociales y éticas de la práctica del diseño de calzado.</li> <li>- RA-CB3. Sabe comunicar y transmitir conclusiones e ideas de forma estructurada e inteligible.</li> <li>- RA-CB4. Saber plantear y gestionar el desarrollo de proyectos de autoproducción.</li> </ul>                                                  |

- RA-CB5. Demuestra el manejo de los lenguajes y recursos técnicos de la representación y de la comunicación propios del sector del calzado.
- RA-CB6. Identifica las necesidades del sector del calzado adaptando sus creaciones a éstas y crea soluciones novedosas.
- 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-CE5. Es capaz de proponer a nivel profesional proyectos de diseño originales y oportunos y de seleccionar los materiales y procesos de producción más adecuados para el proyecto.
- RA-CE7. Determina la rentabilidad del producto del calzado desde aspectos de comercialización y distribución.

**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**

- La comunicación (tema transversal en toda la asignatura)
- Introducción al marketing
- Introducción al marketing mix, estratégico, operativo y nuevas tendencias
- El producto de calzado
- El precio en el sector calzado
- La distribución en el sector moda y calzado
- La promoción del producto de calzado
- Técnicas comerciales

**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 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>Actividad 1</b>   Proyecto de calzado tradicional.                                     | 6             |
| <b>Actividad 2</b>   Proyecto de calzado técnico.                                         | 6             |
| <b>Actividad 3</b>   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          | 25                 | 20                        | 45                       |
| Aprendizaje orientado a proyectos | 12                 | 23                        | 35                       |
| Tutorías                          |                    | 1                         | 1                        |
| Presentaciones orales             | 5                  | 5                         | 10                       |
| Examen                            | 2                  | 5                         | 7                        |
| <b>Total</b>                      | <b>45</b>          | <b>55</b>                 | <b>100</b>               |

## 7. METODOLOGÍA DOCENTE

### Actividades formativas

- Exposición de la teoría y de la práctica por parte del profesor.
- Orientación y asesoramiento en la realización de prácticas.
- Seguimiento personalizado del alumno a través de las tutorías.

### Actividades presenciales

- Estudio de casos.
- Realización de ejercicios prácticos.
- Toma de apuntes.
- Exposiciones orales por parte del alumno.

### Actividades no presenciales

- 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     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asistencia y participación activa a clase.</li> <li>- Asistencia y participación en actividades relacionadas con la asignatura.</li> <li>- Evolución y desarrollo diario.</li> </ul>                                  | 20%                 |                              |
| Trabajos y presentaciones   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adecuada realización de trabajos de investigación.</li> <li>- Capacidad analítica y crítica de estudios de casos.</li> <li>- Correctas exposiciones orales.</li> </ul>                                                | 40%                 | 60%                          |
| Examen                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul> | 40%                 | 40%                          |

\*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.

| CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA |                                                                                                                                                                                                                                                                |             |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Procedimiento de evaluación | Indicadores de calidad                                                                                                                                                                                                                                         | Ponderación |
| Trabajos y presentaciones   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adecuada realización de trabajos de investigación.</li> <li>- Capacidad analítica y crítica de estudios de casos.</li> <li>- Correctas exposiciones orales.</li> </ul>                                                | 60%         |
| Examen                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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.</li> </ul> | 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 especializados.

### Bibliografía

Díaz Soloaga, P. (2014). *Comunicación y gestión de marcas de moda*. Editorial GG 2014.  
Molinillo Jiménez, M.J. (2020). *Distribución comercial aplicada*. ESIC.  
Moore, G. (2013). *Promoción de moda*. Editorial GG.  
Raymond, M. (2010). *Tendencias: qué son, cómo identificarlas, en qué fijarnos, cómo leerlas*. Promopress.  
Sainz de Vicuña, J.M. (2021). *El Plan de marketing digital en la práctica*. ESIC.  
Santesmases Mestre, M.; Merino Sanz, M.J. (2021). *Fundamentos de Marketing*. Pirámide.  
Seeling, C. (2011). *Moda, 150 años de modistos, diseñadores y marcas*. H.F. Ullmann.  
Torreblanca, F.; Lorente, P. (2021). *Los siete pecados laterales*. ESIC.  
Viaux, N. (2009). *Contemporary fashion photographers*. Daab.  
Worsley, H. (2011). *Décadas de moda. Desde 1900 hasta hoy*. H.F. Ullmann.  
Yagüez Lorenzo, E.; Merino Sanz, M.J. (2021). *De la emoción a la compra*. ESIC.

### Webs de consulta

www.ine.es  
www.icex.es  
www.revistadelcalzado.com  
www.sociedaddelainnovacion.es/  
www.fice.es  
www.inescop.es  
www.ctrc.es  
https://esmodasostenible.org/