



CAMPUS  
DE EXCELENCIA  
INTERNACIONAL

PROCESO DE COORDINACIÓN  
DE LAS ENSEÑANZAS  
PR/CL/001

CSDMM

Centro superior  
de Diseño de  
Moda

# ANX-PR/CL/001-01

## GUÍA DE APRENDIZAJE

ASIGNATURA

**813000123 – Coaching**

PLAN DE ESTUDIOS

81TI – Máster Universitario en Tecnología e Innovación en Diseño de Moda

CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE

2024/2025 – 1 semestre

## Índice

---

### Guía de Aprendizaje

|  |    |
|--|----|
| 1. Datos descriptivos .....                        | 2  |
| 2. Profesorado .....                               | 2  |
| 3. Requisitos previos obligatorios .....           | 3  |
| 4. Conocimientos previos recomendados .....        | 3  |
| 5. Competencias y resultados del aprendizaje ..... | 4  |
| 6. Descripción de la Asignatura .....              | 4  |
| 7. Cronograma .....                                | 11 |
| 8. Actividades y criterios de evaluación .....     | 13 |
| 9. Recursos didácticos .....                       | 14 |
| 10. Otra información.....                          | 18 |

## 1. Datos descriptivos

### 1.1 Datos de la asignatura.

|  |  |
|--|--|
| <b>Nombre de la Asignatura</b>             | 813000123 – Coaching   |
| <b>Nº de Créditos</b>                      | 2 ECTS   |
| <b>Carácter</b>                            | Obligatorio  |
| <b>Curso</b>                               | 1 curso  |
| <b>Semestre</b>                            | 1 Semestre   |
| <b>Periodo de impartición</b>              | Septiembre – enero   |
| <b>Idiomas de Impartición</b>              | Castellano   |
| <b>Titulación</b>                          | 81TI – Máster Universitario en Tecnología e Innovación en Diseño de Moda |
| <b>Centro responsable de la titulación</b> | 81 – Centro Superior de Diseño de Moda                                   |
| <b>Curso Académico</b>                     | 2024 – 2025  |

## 2. Profesorado

### 2.1. Profesorado implicado en la docencia.

| Nombre                 | Departamento | Despacho                 | Correo electrónico   | Horario de tutorías*  |
|------------------------|--------------|--------------------------|--|---|
| SERGIO ÁLVAREZ SÁNCHEZ | No procede   | Sala de Profesores 00.05 | <a href="mailto:sergio.alvarez.sanchez@fundisma.upm.es">sergio.alvarez.sanchez@fundisma.upm.es</a> | Lunes<br>18:00 a 20:00<br>También se responden las dudas por correo electrónico |

\* Las horas de tutoría son orientativas y pueden sufrir modificaciones. Se deberá confirmar los horarios de tutorías con el profesorado.

### 2.2. Personal investigador en formación o similar.

| Nombre | Correo electrónico | Profesor responsable |
|--------|--------------------|----------------------|
|        |                    |                      |

### 2.3. Profesorado externo.

| Nombre | Correo electrónico | Centro de procedencia |
|--------|--------------------|-----------------------|
|        |                    |                       |

## 3. Requisitos previos obligatorios

---

### 3.1 Asignaturas previas requeridas para cursar la asignatura.

Sin requisitos previos.

### 3.2 Otros requisitos previos para cursar la asignatura.

Sin requisitos previos.

## 4. Conocimientos previos recomendados

---

### 4.1 Asignaturas previas que se recomienda haber cursado.

Sin requisitos previos.

### 4.2 Otros conocimientos previos recomendados para cursar la asignatura.

Sin requisitos previos.

## 5. Competencias y resultados del aprendizaje

---

### 5.1. Competencias

### 5.2. Resultados del aprendizaje

- Conocimientos

CON. 1. El titulado o titulada podrá investigar y detectar nuevos diseños o posibilidades de mejora.

CON. 4. El titulado o titulada podrá identificar el contexto internacional actual, especialmente el normativo, en el que operan los agentes del sector del diseño de Moda.

CON. 6. El titulado o titulada podrá encontrar soluciones concretas fundamentadas en el análisis de las relaciones interdisciplinarias que operan en el sector de la Moda.

CON. 7. El titulado o titulada podrá desarrollar y ejercitar la creatividad.

- Competencias

COMP. 3. El titulado o titulada podrá poner en práctica de forma eficiente el proceso de diseño.

- Habilidades

HA. 1. El titulado o titulada podrá poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

HA. 5. El titulado o titulada podrá realizar proyectos de innovación en el sector, aplicando nociones de liderazgo y emprendimiento.

HA. 6. El titulado o titulada podrá ser capaz de negociar y trabajar en equipo, así como de manera autónoma en un contexto internacional, multidisciplinar y multicultural

## 6. Descripción de la Asignatura y temario

---

### 6.1. Descripción de la asignatura.

La asignatura se conceptualiza dentro del coaching y la mentorización, aplicado a la tutorización de profesionales que buscan incorporarse al ecosistema de la moda, ya sea en España o internacionalmente, y entendiendo los diversos perfiles profesionales con los que cuenta un sector tan diverso, complejo y dinámico.

#### Objetivo general de la asignatura:

1. Guiar a los estudiantes en la planificación estratégica de su carrera en el sector de la moda, desarrollando sus competencias personales y profesionales, y potenciando sus habilidades para el empleo y el networking en un sector altamente competitivo.

2. Proporcionar a los estudiantes las herramientas y el apoyo necesario para el desarrollo de su carrera profesional, fomentando habilidades de liderazgo, emprendimiento y estrategias de crecimiento en la industria de la moda.

En suma, este plan detallado permite que los estudiantes desarrollen habilidades prácticas y se preparen de manera efectiva para las exigencias del sector de la moda, tanto en términos de competencias profesionales como en la creación de una red de contactos sólida y una trayectoria profesional clara.

En consecuencia, el plan de estudios está diseñado para acompañar a los estudiantes en su desarrollo personal y profesional, dándoles herramientas concretas para enfrentarse a los retos del sector de la moda, fomentar su autoconfianza y ayudarles a tomar decisiones informadas sobre sus futuras trayectorias.

### **Metodología:**

Se utilizarán metodologías activas, como ejercicios de autoevaluación, talleres prácticos, simulaciones y dinámicas grupales para aplicar los conceptos en situaciones reales o simuladas. El aprendizaje será colaborativo, con un enfoque en el trabajo en grupo y la discusión activa, aunque incluye un trabajo de reflexión individual para el desarrollo de las diferentes tareas. En paralelo, se llevará a cabo una tutorización y mentorización personalizada para cada uno de los estudiantes que les guíe en la consecución de los objetivos de la asignatura.

## **6.2 Temario de la asignatura.**

### **SEMANA 1: SESIÓN INICIAL, AUTOCONOCIMIENTO Y SOFT SKILLS**

#### Objetivos:

1. Sentar las bases de la asignatura: despejar expectativas, mitos y leyendas.
2. Fomentar el autoconocimiento y la autoevaluación para identificar habilidades clave, debilidades, y áreas de mejora relacionadas con el sector de la moda.
3. Identificación, análisis y acciones de mejora de las soft skills requeridas en la industria de la moda.

#### Índice Temático:

1. Coaching y mentorización en la carrera profesional de la moda.
  - Definición y pilares.
  - Expectativas, mitos y leyendas sobre trabajar en moda.
  - Reflexión sobre los valores y propósito en la moda.
2. Autoconocimiento, personalidad y propósito:
  - Vocación y motivación: ¿cómo descubrir lo que realmente te apasiona?
  - Herramientas para identificar fortalezas y debilidades.
  - Valores y creencias personales aplicados a la carrera profesional.
  - Teorías de autoconocimiento: los 12 arquetipos de Jung, el eneagrama de la personalidad, el indicador Myers-Briggs, el test BigFive y otras herramientas.
  - Ikigai: la razón de vivir o la razón de ser.
3. Soft Skills esenciales para el sector de la moda:
  - Escucha activa, negociación y comunicación asertiva.
  - Trabajo en equipo y colaboración.

- Proactividad y liderazgo.
- Adaptabilidad y gestión del cambio.
- Gestión del tiempo y del estrés: herramientas útiles.

#### Desarrollo de Actividades:

1. Test de Personalidad y Soft Skills: los estudiantes realizarán tests de personalidad y tests de evaluación de soft skills o de competencias profesionales. Estos instrumentos servirán para que los estudiantes identifiquen sus fortalezas, debilidades, y estilo de trabajo.

2. Dinámica de grupo: Autoconocimiento y Soft Skills en moda: en grupos, los estudiantes compartirán los resultados de sus tests de personalidad y habilidades, reflexionando sobre cómo estos aspectos impactan en su desempeño profesional. Luego discutirán cómo estas habilidades se pueden desarrollar y mejorar en su entorno académico y profesional.

3. Técnicas de gestión del estrés: iniciación al Mindfulness. Presentación de herramientas de organización del tiempo y de tareas: aplicación a su actividad académica. Por último, se debatirá sobre el balance entre la vida profesional y la vida personal: el establecimiento de límites saludables.

---

## **SEMANA 2: CONOCIMIENTO DEL SECTOR DE LA MODA**

Objetivo: Proporcionar una visión integral del sector de la moda y los perfiles profesionales que lo componen, ayudando a los estudiantes a identificar sus metas profesionales en función de las oportunidades disponibles.

#### Índice Temático:

1. Mapa de stakeholders de la moda: ¿Qué organizaciones, empresas y entidades conforman el ecosistema de la moda? ¿Cómo se trabaja en cada organización? ¿Qué diseño organizativo tienen? Análisis según tipos de empresas y organizaciones en la industria de la moda.
2. Perfiles profesionales en moda: todo gira alrededor del producto.
  - Creativos: diseñadores, directores de arte, estilistas, fotógrafos, etc.
  - Gestión de la creatividad: gerentes de marca, compradores, gestores de producto, etc.
  - Marketing y comunicación: relaciones públicas, redes sociales, eventos, etc.
  - Producción, cadena de suministro y distribución: oficios, planificación, logística, exportación, etc.
  - Tecnología: tecnólogos textiles, moda digital, analistas de datos, etc.
  - Sostenibilidad: calidad, procesos, externalización, auditoría, etc.
  - Corporativo.
3. Tendencias actuales en moda:
  - Moda sostenible y economía circular.
  - Tecnología y moda digital (IA, NFT, moda 3D).
  - Inclusión y diversidad en las marcas.
  - Internacionalización.
  - Trabajo remoto y teletrabajo.
4. Emprendimiento en moda.

#### Desarrollo de Actividades:

1. Análisis de casos de estudio de empresas: los estudiantes trabajarán en pequeños grupos para analizar casos de empresas reales en el sector de la moda. Se examinará su estructura organizativa, perfiles laborales, y el impacto de las tendencias actuales en sus operaciones.
  2. Mapa de perfiles profesionales: cada estudiante diseñará un "mapa de carrera", en el cual ubicará los diferentes perfiles profesionales de interés para ellos (diseño, marketing, tecnología, etc.). Luego, investigarán qué habilidades y experiencias son necesarias para estos roles.
  3. Debate sobre el futuro de la moda: en un debate guiado, los estudiantes discutirán cómo las tendencias actuales (como la sostenibilidad o la tecnología) están influyendo en los trabajos de moda y cómo estas tendencias cambiarán la naturaleza de las carreras en los próximos años.
  4. Una vez desarrolladas las actividades de Autoconocimiento y de Conocimiento del sector, el alumno estará capacitado para elaborar un análisis DAFO/FODA personal, identificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
- 

### **SEMANA 3: CREACIÓN DE UN PLAN DE DESARROLLO PROFESIONAL**

**Objetivo:** Ayudar a los estudiantes a diseñar un plan de desarrollo profesional personalizado, que les permita alcanzar sus metas dentro del sector de la moda a través de un plan de acción a corto y largo plazo.

#### Índice Temático:

##### 1. El Plan de Desarrollo Profesional:

- Paso previo: análisis y autoevaluación.
- Propósito (misión y visión) y planificación: qué camino tomar.
- Definición de metas a corto, mediano y largo plazo. Objetivos SMART.
- Estrategias y acciones concretas para alcanzar las metas.
- Recursos y herramientas necesarios para implementar las estrategias.
- Elaboración de un cronograma y horizontes temporales.
- Seguimiento y ajuste del plan en función del progreso. Análisis de escenarios y plan de contingencia.
- Herramientas para medir el progreso profesional: Autoevaluación y mejora continua. Feedback y evaluación según jerarquía dentro de una organización o por externos expertos. Métricas de éxito personalizadas (KPIs).

##### 2. La motivación:

- Concepto de motivación: definición, tipos y factores influyentes.
- Adaptación a los cambios del sector: actualización profesional.
- Superación de obstáculos y desafíos profesionales.

#### Desarrollo de Actividades:

1. Taller de creación de Plan de Desarrollo Profesional: cada estudiante elaborará un plan detallado que incluya sus metas profesionales, una descripción clara de las acciones que llevarán a cabo para alcanzarlas, y cómo evaluarán su progreso. Se incluirá la creación de un cronograma y la identificación de los recursos necesarios para su desarrollo.
  2. Presentación y feedback del Plan: los estudiantes presentarán su plan de desarrollo profesional a sus compañeros, recibiendo comentarios y sugerencias para mejorar y perfeccionar su estrategia. Esta actividad permitirá también que los estudiantes se apoyen mutuamente en sus metas y objetivos.
-



## SEMANA 4 Y 5: HERRAMIENTAS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO EN MODA

**Objetivo:** Enseñar a los estudiantes a utilizar de manera efectiva las herramientas disponibles para la búsqueda de empleo, diseñar un CV orientado a la moda, redactar una carta de presentación o motivación, superar un proceso de selección y destacar su perfil en redes profesionales generalistas como LinkedIn u otras de sectores creativos.

### Índice Temático:

1. La búsqueda de empleo: objetivos y proceso.
2. Elaboración de un CV eficaz para el sector moda:
  - Qué incluir y cómo estructurar un CV.
  - Errores comunes a evitar y claves de éxito.
  - La carta de presentación o de motivación: la autocandidatura.
3. Optimización del perfil en LinkedIn:
  - Personal Branding: cómo crear un perfil atractivo.
  - Conexiones y networking en LinkedIn.
  - Creación de contenido y publicaciones que generen impacto.
4. Plataformas para creativos y portales de empleo en moda:
  - Plataformas propias de grandes empresas.
  - Plataformas especializadas: Behance, Dribbble, The Dots y otras plataformas de freelancers.
  - Otros portales de empleo especializados en moda: FashionJobs de Fashion Network, FashionUnited, BoF Careers, StyleCareers, WWD Careers y la sección "Moda" de metabuscadores o portales de empleo generalistas como Indeed o Glassdoor.
5. Procesos de selección en el sector moda:
  - Fases comunes en las entrevistas: entrevistas por competencias, pruebas prácticas y dinámicas de grupo.
  - Consejos para afrontar entrevistas en el sector moda: qué hacer y qué evitar.
  - Negociación: la oferta y la contraoferta.
  - Tipos de contratación: laboral y mercantil.
6. Resultados, retroalimentación y resiliencia.

### Desarrollo de Actividades:

1. Taller de creación y revisión de CV: los estudiantes recibirán feedback individualizado mientras redactan un CV enfocado en moda, ajustando el contenido para que se alineen con las expectativas del sector. Cada CV será revisado en función de los roles profesionales específicos que los estudiantes buscan.
2. Optimización de perfiles en LinkedIn: los estudiantes aprenderán a optimizar sus perfiles de LinkedIn con un enfoque en la industria de la moda. Se incluirá una práctica de networking digital, conectando con otros estudiantes y profesionales del sector. También se trabajará en la creación de contenido para aumentar su visibilidad.
3. Simulación de entrevistas de trabajo (role play): se realizarán simulaciones de entrevistas grupales e individuales, en las que los estudiantes actuarán como entrevistadores y entrevistados. Esto les permitirá practicar respuestas, mejorar sus habilidades de comunicación, y obtener retroalimentación de sus compañeros.

## SEMANA 5: MARCA PERSONAL, POSICIONAMIENTO PROFESIONAL Y NETWORKING

**Objetivo:** Ayudar a los estudiantes a identificar y mejorar su marca personal, creando una imagen coherente con sus objetivos profesionales en el sector de la moda y desarrollando una estrategia para potenciar la visibilidad en el ámbito profesional. Asimismo, enseñar a los estudiantes técnicas eficaces para construir y mantener una red de contactos en el sector de la moda, diferenciando entre contactos estratégicos y relaciones poco útiles.

### Índice Temático:

1. Concepto de marca personal: definición, cómo destacar y ser auténtico.
2. Análisis de la marca personal actual:
  - Cómo evaluar tu propia marca personal.
  - Coherencia entre marca personal y metas profesionales.
3. Estrategias de mejora de la marca personal:
  - Cómo mejorar la visibilidad en el sector de la moda: objetivos y estrategia.
  - Herramientas para crear una marca personal, tanto offline como online. Creación de contenido y desarrollo de portfolios digitales.
4. La importancia del networking en el sector de la moda:
  - Crear y gestionar relaciones profesionales significativas.
  - El papel de los eventos, ferias y redes sociales.
5. Personas puente y obstáculo en el networking:
  - Cómo identificar contactos valiosos y personas tóxicas.
  - Consejos para cultivar relaciones a largo plazo.
6. Construcción de una red de contactos sólida:
  - Estrategias de comunicación y relaciones públicas: escucha activa, hablar en público, presentar ideas, y técnicas de negociación/venta. El elevator pitch.
  - Herramientas para ampliar y nutrir tu red de contactos: networking online vs. offline.

### Desarrollo de Actividades:

1. Autoevaluación de marca personal y creación de un plan de mejora: Los estudiantes completarán una evaluación guiada de su actual marca personal (cómo se perciben a sí mismos y cómo creen que otros los ven). Se les pedirá asimismo que analicen sus perfiles online y su reputación en el ámbito profesional. Tras dicho análisis, cada estudiante diseñará un plan de mejora de su marca personal, que incluirá objetivos, estrategias y acciones concretas como la creación o mejora de un portfolio digital o de contenido relevante, así como la optimización de redes sociales.

2. Simulación de Networking y práctica de presentación: Los estudiantes participarán en una simulación de evento de networking donde practicarán cómo presentarse, iniciar conversaciones, y crear relaciones genuinas. Esta actividad permitirá que los estudiantes practiquen técnicas de seguimiento, intercambien tarjetas y gestionen la comunicación posterior al evento. Asimismo, se llevará a cabo por cada alumno una presentación de un proyecto personal, idea de negocio o creativa, a través de la técnica del elevator pitch.

3. Búsqueda de contactos clave, eventos y plataformas de networking en moda: Cada estudiante, teniendo en cuenta su plan de desarrollo personal, creará una lista de contactos clave en la industria de la moda, categorizándolas según sus objetivos y posibles "puentes". Asimismo, elaborará un listado de eventos, grupos o plataformas online que les permita crear una red de contactos significativa y adaptada a su plan individual.

---

## **SEMANA 6: SESIÓN DE RECAPITULACIÓN, SEGUIMIENTO, RETROALIMENTACIÓN Y MENTORIZACIÓN FINAL**

**Objetivo:** Cerrar el ciclo de mentorización asegurando que los estudiantes realicen una revisión crítica de su evolución durante el curso. En esta sesión, se busca que los participantes consoliden los aprendizajes adquiridos, reciban retroalimentación personalizada sobre sus planes de desarrollo profesional y estrategias de carrera, y se les ofrezca una última oportunidad de recibir orientación y resolver dudas específicas sobre su futuro en el sector de la moda.

### Índice Temático:

#### 1. Recapitulación de los contenidos clave del curso:

- Autoconocimiento y soft skills: ¿y tú ya has encontrado tu vocación o propósito?
- Análisis del sector de la moda: situación actual y "entidad o puesto objetivo".
- Plan de desarrollo profesional: objetivos, estrategias y evaluación de resultados.
- Búsqueda de empleo: experiencias durante el curso, procesos y herramientas clave.
- Marca personal: posicionamiento y coherencia.
- Networking: creación y mantenimiento de una red de contactos "puente".

#### 2. Evaluación del progreso individual:

- Análisis de los avances en el desarrollo de la marca personal de cada estudiante.
- Revisión del plan de desarrollo profesional elaborado durante el curso.
- Evaluación de las habilidades blandas (soft skills) y cómo han mejorado.

#### 3. Retroalimentación constructiva:

- Comentarios específicos sobre los planes profesionales y la evolución de cada estudiante.
- Identificación de áreas de mejora.
- Recomendaciones finales para el crecimiento profesional en el sector de la moda.

### Desarrollo de Actividades:

1. Dinámica de grupo: revisión y debate abierto. Se realizará una discusión grupal en la que cada estudiante compartirá brevemente su evolución personal durante el curso, mencionando los aspectos más valiosos aprendidos y los desafíos que enfrentó. Los compañeros y el mentor darán retroalimentación y comentarios adicionales sobre lo compartido. El objetivo de la actividad es fomentar la reflexión crítica y el intercambio de ideas entre los estudiantes, reforzando la importancia del aprendizaje colaborativo.

2. Sesiones de mentorización individual (5-10 min por estudiante). Cada estudiante tendrá una sesión breve y privada con el mentor, en la que se revisará en detalle su progreso, se responderán preguntas específicas y se ofrecerán consejos personalizados para su carrera profesional en la moda. La finalidad de las sesiones es proporcionar una orientación individualizada final que ayude a los estudiantes a resolver dudas pendientes y salir del curso con una hoja de ruta clara.

## 7. Cronograma

### 7.1. Cronograma de la asignatura

Horas totales: 52 horas    Horas presenciales: 15 horas (29%)

Peso total de actividades de evaluación: **100 %**

| Sem. | Actividad tipo 1  | Índice temático   | Actividades a desarrollar por el alumno  | Actividades de evaluación   |
|------|---|---|--|---|
| 1    | <b>Sesión inicial, Autoconocimiento y Soft Skills</b><br>Clase teórica. Clase práctica. Seminario. Trabajo del alumno, individual y en equipo.<br>Duración: 2h30min | 1. Coaching y mentorización en la carrera profesional de la moda.<br>2. Autoconocimiento, personalidad y propósito.<br>3. Soft Skills esenciales para el sector de la moda.   | 1. Test de Personalidad y Soft Skills.<br>2. Dinámica de grupo: Autoconocimiento y Soft Skills en moda.<br>3. Técnicas de gestión del estrés.    | Evaluación progresiva: Participación en clase (30%)<br>Entrega de actividades por escrito (70%) |
| 2    | <b>Conocimiento del sector de la moda</b><br>Clase teórica. Clase práctica. Seminario. Trabajo del alumno, individual y en equipo.<br>Duración: 2h30min             | 1. Mapa de stakeholders de la moda.<br>2. Perfiles profesionales en moda: todo gira alrededor del producto.<br>3. Tendencias actuales en moda.<br>4. Emprendimiento en moda.  | 1. Análisis de casos de estudio de empresas.<br>2. Mapa de perfiles profesionales.<br>3. Debate sobre el futuro de la moda.<br>4. Análisis DAFO. | Evaluación progresiva: Participación en clase (30%)<br>Entrega de actividades por escrito (70%) |
| 3    | <b>Creación de un Plan de Desarrollo Profesional</b><br>Clase teórica. Clase práctica. Seminario. Trabajo del alumno, individual y en equipo.<br>Duración: 2h30min  | 1. El Plan de Desarrollo Profesional.<br>2. La motivación.  | 1. Taller de creación de Plan de Desarrollo Profesional<br>2. Presentación y feedback del Plan.  | Evaluación progresiva: Participación en clase (30%)<br>Entrega de actividades por escrito (70%) |
| 4    | <b>Herramientas de búsqueda de empleo en moda</b><br>Clase teórica. Clase práctica. Seminario. Trabajo del alumno, individual y en equipo.<br>Duración: 2h30min     | 1. La búsqueda de empleo: objetivos y proceso.<br>2. Elaboración de un CV eficaz para el sector moda.<br>3. Optimización del perfil en LinkedIn.<br>4. Plataformas para creativos y portales de empleo en moda.<br>5. Procesos de selección en el sector moda.<br>6. Resultados, retroalimentación y resiliencia. | 1. Taller de creación y revisión de CV.<br>2. Optimización de perfiles en LinkedIn.<br>3. Simulación de entrevistas de trabajo (role play).      | Evaluación progresiva: Participación en clase (30%)<br>Entrega de actividades por escrito (70%) |
| 5    | <b>Marca personal, posicionamiento profesional y networking</b>   | 1. Concepto de marca personal.<br>2. Análisis de la marca personal actual.<br>3. Estrategias de mejora de la marca personal.  | 1. Autoevaluación de marca personal y creación de un plan de mejora.<br>2. Simulación de Networking y práctica de presentación.                  | Evaluación progresiva: Participación en clase (30%)<br>Entrega de actividades por escrito (70%) |

| Sem.     | Actividad tipo 1   | Índice temático  | Actividades a desarrollar por el alumno  | Actividades de evaluación   |
|----------|--|--|--|---|
|          | Clase teórica. Clase práctica. Seminario. Trabajo del alumno, individual y en equipo. Duración: 2h30min  | 4. La importancia del networking en el sector de la moda.<br>5. Personas puente y obstáculo en el networking.<br>6. Construcción de una red de contactos sólida. | 3. Búsqueda de contactos clave, eventos y plataformas de networking en moda.                 |   |
| <b>6</b> | <b>Sesión de recapitulación, seguimiento, retroalimentación y mentorización final</b><br>Clase teórica. Clase práctica. Seminario. Trabajo del alumno, individual y en equipo. Duración: 2h30min | 1. Recapitulación de los contenidos clave del curso.<br>2. Evaluación del progreso individual.<br>3. Retroalimentación constructiva.                             | 1. Dinámica de grupo: revisión y debate abierto.<br>2. Sesiones de mentorización individual. | Evaluación progresiva: Participación en clase (30%)<br>Entrega de actividades por escrito (70%) |

\*\* Para el cálculo de los valores totales, se estima que por cada crédito ECTS el alumno dedicará dependiendo del plan de estudios, entre 26 y 27 horas de trabajo presencial y no presencial.

## 8. Actividades y criterios de evaluación

### 8.1. Actividades de evaluación de la asignatura.

#### 8.1.1. Evaluación progresiva.

| Sem. | Descripción   | Modalidad  | Tipo                       | Duración | Peso en la nota   | Nota mínima | Competencias evaluadas |
|------|---|------------|----------------------------|----------|---|-------------|------------------------|
| 1-6  | Participación Activa  | Progresiva | Presencial                 |          | 30%   | 5/10        | -                      |
| 1-6  | Tareas y trabajos prácticos:<br>- Plan de Desarrollo Personal (30%)<br>- Resto de actividades (70%) | Progresiva | Presencial y No Presencial |          | 70%, de los cuales:<br>➢ 30% Plan de Desarrollo Personal<br>➢ 70% resto de actividades. | 5/10        |                        |

#### 8.1.2. Prueba evaluación global.

| Sem. | Descripción   | Modalidad                                 | Tipo       | Duración | Peso en la nota | Nota mínima | Competencias evaluadas |
|------|---|---|------------|----------|-----------------|-------------|------------------------|
| 1    | Evaluación de conceptos teóricos y de herramientas prácticas. | Presentación oral de una memoria escrita. | Presencial | 2h       | 100%            | 5/10        | -                      |

#### 8.1.3. Evaluación convocatoria extraordinaria.

| Descripción   | Modalidad                                 | Tipo       | Duración | Peso en la nota | Nota mínima | Competencias evaluadas |
|---|---|------------|----------|-----------------|-------------|------------------------|
| Evaluación de conceptos teóricos y de herramientas prácticas. | Presentación oral de una memoria escrita. | Presencial | 2h       | 100%            | 5/10        | -                      |

### 8.2. Criterios de Evaluación.

- Sistema de evaluación progresiva de la asignatura:
  - Para optar a la evaluación progresiva, el estudiante deberá asistir al menos a un 80% de las clases presenciales. El no cumplimiento de dicho requisito, le impedirá aprobar la asignatura por evaluación progresiva, debiendo acudir a la prueba final.
  - En la evaluación progresiva, se contabilizará la participación en clase, mediante preguntas, participación en los debates o presentaciones y actividades sugeridas y realizadas a iniciativa de los estudiantes. Este bloque, contabilizará un 30% de la nota por evaluación progresiva.

- El 70% restante de la nota se obtendrá mediante la presentación oral y escrita de los trabajos y actividades que se enuncian en el Temario de la asignatura y el Cronograma. Dichos trabajos deberán tener un soporte de presentación o memoria, que los estudiantes entregarán por email en formato digital en las fechas indicadas por el profesor. La actividad denominada "Plan de Desarrollo Personal" tendrá un peso del 30% de este apartado, teniendo el resto de las actividades propuestas, de la índole que sean, un peso del 70% (realzándose una media aritmética entre las calificaciones de cada actividad). Todas las actividades se valorarán sobre 10 puntos. La entrega fuera de plazo de las actividades conllevará una reducción del 50% de la nota de dicha actividad remitida con retraso, siendo por tanto, la nota máxima en dicho trabajo de un 5 sobre 10.
- En todo caso, y teniendo en cuenta la evaluación y el aprendizaje continuos que fomenta la asignatura, la nota final de la asignatura se podrá incrementar hasta un 20% a discrecionalidad del profesor si entiende que se ha producido una mejora continua y una progresión en los trabajos y actividades del alumno. Dicho progreso se justificará a través de la revisión y perfeccionamiento de actividades ya presentadas, entregando de nuevo al profesor las nuevas versiones mejoradas. El plazo máximo de entrega de estas "versiones mejoradas" será el 20 de diciembre de 2024.
- Evaluación mediante prueba global:
  - La prueba global consistirá en un examen oral y escrito en el que se preguntará al alumno por conceptos teóricos y prácticos pertenecientes al temario de la asignatura. Tendrá una duración de dos horas.
- Evaluación extraordinaria:
  - La evaluación extraordinaria consistirá en un examen oral y escrito en el que se preguntará al alumno por conceptos teóricos y prácticos pertenecientes al temario de la asignatura. Tendrá una duración de dos horas.
- Liberación de bloques de asignatura (art. 12.2):
  - No se contempla la evaluación por bloques. Es decir, que un estudiante que haya participado en clase, pero no pueda presentar el trabajo final, no conservará dicha nota a la hora de las pruebas globales o extraordinarias.

## 9. Recursos didácticos

### 9.1. Recursos didácticos de la asignatura.

| Nombre   | Tipo  | Observaciones  |
|--|-------|--|
| Covey, Stephen R. (1989). Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva. Editorial Paidós.                                  | Libro | Un clásico en el desarrollo personal, con estrategias para desarrollar hábitos que potencian el liderazgo, la autogestión y la proactividad.   |
| Goleman, Daniel (1995). Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ. Bantam Books.                              | Libro | Introduce el concepto de inteligencia emocional, esencial para el autoconocimiento y las relaciones interpersonales.   |
| Maxwell, John C. (2007). Las 21 leyes irrefutables del liderazgo. Grupo Nelson.  | Libro | Un recurso fundamental sobre habilidades de liderazgo aplicadas a distintos contextos profesionales.   |
| Brown, Brené (2021). Atlas of the Heart: Mapping Meaningful Connection and the Language of Human Experience. Random House. | Libro | Brené Brown explora 87 emociones y experiencias que nos definen como seres humanos, ayudando a los lectores a desarrollar su inteligencia emocional y a mejorar sus relaciones personales y profesionales. |

|   |       |  |
|---|-------|--|
| Heath, Chip & Heath, Dan (2017). The Power of Moments: Why Certain Experiences Have Extraordinary Impact. Simon & Schuster.                                     | Libro | Este libro ayuda a entender cómo los momentos claves pueden marcar una diferencia en la carrera profesional, útil para el autoconocimiento y el desarrollo de soft skills. |
| Coyle, Daniel (2018). The Culture Code: The Secrets of Highly Successful Groups. Bantam Books.  | Libro | Explora cómo los grupos de alto rendimiento cultivan la confianza, el trabajo en equipo y la comunicación, habilidades clave para el trabajo.                              |
| Carnegie, Dale (1936). Cómo ganar amigos e influir sobre las personas. Editorial Planeta.   | Libro | Un clásico sobre las habilidades de comunicación y relaciones interpersonales, esenciales para el éxito profesional.   |
| Grit, Angela Duckworth (2016). Grit: El poder de la pasión y la perseverancia. Editorial Vergara.   | Libro | Explora la importancia de la constancia y el esfuerzo en el desarrollo profesional y personal.   |
| Ferriss, Tim (2007). La semana laboral de 4 horas: No hace falta trabajar más para vivir mejor. RBA Libros.   | Libro | Este libro desafía la forma tradicional de trabajar y propone estrategias para optimizar la gestión del tiempo.  |
| Peters, Tom (1997). The Brand You 50: Fifty Ways to Transform Yourself from an "Employee" into a Brand That Shouts Distinction, Commitment, and Passion! Knopf. | Libro | Libro pionero en el concepto de marca personal, aplicable a cualquier profesional que quiera diferenciarse en su sector.   |
| Pollard, Jesse (2020). InstaStyle: Curate Your Life, Create Stunning Photos, and Elevate Your Instagram Influence. Amphoto Books.                               | Libro | Libro imprescindible para aquellos que desean crear una marca personal fuerte en Instagram, una plataforma clave para creativos y profesionales de la moda.                |
| Kaplan, Allison & Sorrell, Nicole (2021). Build Your Dream Network: Forging Powerful Relationships in a Hyper-Connected World. TarcherPerigee.                  | Libro | Proporciona herramientas prácticas para construir redes de contactos sólidas en la era digital, algo fundamental para quienes trabajan en el sector creativo.              |
| Schawbel, Dan (2018). Back to Human: How Great Leaders Create Connection in the Age of Isolation. Hachette Books.   | Libro | Este libro enfatiza la importancia de la conexión humana y la creación de una marca personal auténtica en un mundo digital.  |
| Schawbel, Dan (2015). Promote Yourself: The New Rules for Career Success. St. Martin's Griffin.   | Libro | Recomendado para quienes buscan potenciar su visibilidad profesional en la era digital.  |
| Montoya, Peter (2008). The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded Marketplace. McGraw-Hill.  | Libro | Ofrece estrategias para desarrollar una marca personal sólida, alineada con los valores y metas profesionales.   |
| Bolles, Richard N. (2021). ¿De qué color es tu paracaídas? Guía práctica para quienes buscan empleo y desean encontrar su vocación. Editorial Urano.            | Libro | Un clásico para la búsqueda de empleo, con consejos actualizados sobre cómo destacar en procesos de selección.   |
| Clark, Dorie (2021). The Long Game: How to Be a Long-Term Thinker in a Short-Term World. Harvard Business Review Press.   | Libro | Enfocado en la construcción de una carrera a largo plazo, este libro es útil para aquellos que desean pensar estratégicamente sobre su futuro profesional.                 |
| Gerber, Michael E. (1986). El mito del emprendedor. Harper Business.  | Libro | Este libro es relevante para aquellos interesados en emprender, ya que analiza los errores comunes y estrategias para el éxito empresarial.                                |
| Dalton, Peggy (2019). LinkedIn Marketing: An Hour a Day. Sybex.   | Libro | Un recurso práctico para dominar LinkedIn como herramienta de branding personal y networking.  |
| Hirsch, Alan (2020). LinkedIn Unlocked: Unlock the Mystery of LinkedIn to Drive More Sales, Recruit Top Talent and Build Your Business. Lioncrest Publishing.   | Libro | Actualiza las mejores prácticas para utilizar LinkedIn, con enfoque en el crecimiento profesional y el networking.   |
| Stanton, Richard (2020). CV Writing: The Ultimate Guide to Writing the Perfect CV. Independently Published.   | Libro | Un recurso reciente sobre cómo redactar un CV atractivo en un mercado laboral competitivo, con consejos.   |
| Ferrazzi, Keith (2005). Nunca comas solo: Las claves del networking para optimizar tus relaciones personales y profesionales. Empresa Activa.                   | Libro | Un recurso sobre cómo construir una red de contactos sólida y efectiva en cualquier sector profesional.  |
| Misner, Ivan R. (2012). Networking Like a Pro: Turning Contacts into Connections. Entrepreneur Press.   | Libro | Ofrece consejos prácticos para aprovechar al máximo las oportunidades de networking.   |
| Scoble, Robert y Israel, Shel (2013). Age of Context: Mobile, Sensors, Data and the Future of Privacy. O'Reilly Media.  | Libro | Explora el impacto de la tecnología en el networking y la importancia de la presencia digital.   |



|   |       |   |
|---|-------|---|
| Newport, Cal (2021). <i>A World Without Email: Reimagining Work in an Age of Communication Overload</i> . Penguin Books.  | Libro | Aunque no está centrado específicamente en networking, este libro ofrece estrategias para manejar mejor la comunicación en la era digital, lo cual es crucial para establecer relaciones profesionales efectivas. |
| Ferrazzi, Keith (2020). <i>Leading Without Authority: How the New Power of Co-Elevation Can Break Down Silos, Transform Teams, and Reinvent Collaboration</i> . Currency. | Libro | En este libro, Ferrazzi amplía sus conceptos de networking y liderazgo, centrándose en la colaboración sin necesidad de autoridad formal, algo clave para los creativos.  |
| Feiler, Bruce (2020). <i>Life Is in the Transitions: Mastering Change at Any Age</i> . Penguin Press.   | Libro | Explora cómo manejar las transiciones profesionales y personales, una habilidad importante en carreras creativas, donde la adaptación es clave.   |
| Goldsmith, Marshall y Reiter, Mark (2007). <i>What Got You Here Won't Get You There: How Successful People Become Even More Successful</i> . Hachette Books.              | Libro | Un libro ideal para profesionales que buscan avanzar a nuevos niveles de éxito en sus carreras, enfatizando la necesidad de ajuste continuo.  |
| Rao, Dorie (2021). <i>You Map: Find Yourself, Blaze Your Path, Show the World!</i> . Diversion Books.   | Libro | Un recurso reciente que ayuda a los profesionales a desarrollar un plan claro para su carrera a través del autoconocimiento y la planificación estratégica.   |
| Pullen, Alison (2019). <i>Managing Your Career: Professional Development for Aspiring Managers</i> . Sage Publications.   | Libro | Proporciona una guía práctica para la gestión del desarrollo profesional en entornos creativos, centrándose en la planificación y gestión del crecimiento a largo plazo.  |
| Loehr, Jim y Schwartz, Tony (2003). <i>The Power of Full Engagement: Managing Energy, Not Time, Is the Key to High Performance and Personal Renewal</i> . Free Press.     | Libro | Se centra en cómo gestionar la energía personal para lograr el máximo rendimiento, algo vital para el éxito en carreras exigentes.  |
| Buckingham, Marcus y Clifton, Donald O. (2001). <i>Now, Discover Your Strengths</i> . Free Press.   | Libro | Guía que ayuda a los lectores a descubrir y enfocarse en sus fortalezas para el éxito profesional.  |
| Allen, David (2001). <i>Getting Things Done: The Art of Stress-Free Productivity</i> . Penguin Books.   | Libro | Una guía fundamental para la gestión del tiempo y la productividad, especialmente útil para quienes enfrentan múltiples proyectos.  |
| Covey, Stephen R. (1994). <i>First Things First: To Live, to Love, to Learn, to Leave a Legacy</i> . Free Press.  | Libro | Complemento de "Los 7 hábitos", este libro se centra en la gestión del tiempo y la importancia de las prioridades.  |
| Vanderkam, Laura (2018). <i>Off the Clock: Feel Less Busy While Getting More Done</i> . Portfolio.  | Libro | Aborda la gestión del tiempo de manera eficaz y cómo disfrutar más del proceso, un tema relevante para quienes buscan optimizar su rendimiento sin comprometer su bienestar personal.                             |
| Groppe, Jack (2021). <i>The Corporate Athlete: How to Achieve Maximum Performance in Business and Life</i> . Wiley.   | Libro | Este libro ayuda a los profesionales a gestionar mejor su tiempo y energía, temas cruciales para manejar el estrés.   |

### Bibliografía sobre Soft Skills:

1. Anglin, B. (2018). *The negotiation jungle*. Negotiation Press.
2. Atkinson, C. (2015). *Beyond bullet points*. Microsoft Press.
3. Berne, E. (2010). *Games people play*. Penguin Books.
4. Blanchard, K. (1982). *One minute manager*. William Morrow.
5. Borg, J. (2013). *Persuasion*. Pearson Education.
6. Brody, M. (2008). *Speaking is an audience-centred sport*. Brody Communications.
7. Brown, D. (2007). *Tricks of the mind*. Transworld Publishers.
8. Bryson, B. (1990). *Mother tongue*. William Morrow.
9. Camp, J. (2002). *Start with no*. Crown Business.
10. Cialdini, R. B. (2006). *Influence*. Harper Business.
11. Cleary, T. (1992). *Zen lessons: The art of leadership*. Shambhala Publications.
12. O'Connor, J. (2001). *Coaching using NLP*. Thorsons.
13. Covey, S. (1989). *The 7 habits of highly effective people*. Free Press.
14. Coyle, D. (2008). *The green platform*. Green Platform Publishing.
15. Dawson, R. (2010). *Secrets of power negotiating*. Career Press.
16. De Bono, E. (2004). *How to have a beautiful mind*. Vermilion.
17. De Bono, E. (1985). *Six thinking hats*. Little, Brown and Company.
18. De Mente, B. (2006). *Japan unmasked*. Tuttle Publishing.
19. DeSteno, D., & Piercarlo, V. (2011). *Out of character*. Crown Publishers.

20. Detz, J. (2000). *How to write and give a speech*. St. Martin's Griffin.
21. Deutscher, G. (2010). *Through the language glass*. Metropolitan Books.
22. Dobelli, R. (2013). *The art of thinking clearly*. HarperCollins.
23. Dooley, R. (2011). *Brainfluence*. Wiley.
24. Duarte, N. (2008). *Slide*. O'Reilly Media.
25. Dutton, K. (2010). *Flipnosis*. HarperCollins.
26. Meyer, E. (2014). *The culture map*. PublicAffairs.
27. Fisher, R., & Shapiro, D. (2005). *Building agreement: Using emotions as you negotiate*. Penguin Books.
28. Fisher, R., & Sharp, A. (1999). *Getting it done*. HarperCollins.
29. Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2011). *Getting to yes*. Penguin Books.
30. Gallo, C. (2010). *The presentation secrets of Steve Jobs*. McGraw-Hill.
31. Fox, K. (2004). *Watching the English*. Hodder & Stoughton.
32. Gates, S. (2015). *The negotiation book*. Wiley.
33. Gitomer, J. (2005). *Little red book of sales answers*. Prentice Hall.
34. Goldstein, N. J., Martin, S. J., & Cialdini, R. B. (2007). *Yes! 50 secrets from the science of persuasion*. Free Press.
35. Goleman, D. (1995). *Emotional intelligence*. Bantam Books.
36. Gottesman, D., & Mauro, A. (2005). *Taking centre stage*. Presentation Skills Ltd.
37. Greene, R. (2000). *The 48 laws of power*. Penguin Books.
38. Hadnagy, C. (2011). *Social engineering*. Wiley.
39. Hall, E. T. (1990). *The hidden dimension*. Anchor Books.
40. Hall, E. T. (1959). *The silent language*. Anchor Books.
41. Harari, Y. N. (2014). *Sapiens*. Harper.
42. Hazeldine, S. (2006). *Bare knuckle negotiating*. Capstone.
43. Heath, C., & Heath, D. (2007). *Made to stick*. Random House.
44. Henry, T. (2011). *The accidental creative*. Penguin Books.
45. Hernandez, R. (2014). *Presenting across cultures*. Global Presentations.
46. Hickson, D. J., & Pugh, D. S. (2002). *Management worldwide*. Penguin Books.
47. Hofstede, G. (2005). *Culture and organisations*. McGraw-Hill.
48. Horne, A. (2002). *Friend or foe*. Weidenfeld & Nicolson.
49. Hourani, A. (2002). *A history of the Arab peoples*. Harvard University Press.
50. Jeary, T. (2004). *Life is a series of presentations*. Simon & Schuster.
51. Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
52. Karrass, C. L. (2005). *Give and take*. Harper Business.
53. Karrass, C. L. (1989). *The negotiating game*. HarperCollins.
54. Kawasaki, G. (2011). *Enchantment*. Penguin Group.
55. Kelley, T., & Kelley, D. (2013). *Creative confidence*. Crown Business.
56. Kennedy, G. (2004). *Essential negotiation*. The Economist.
57. Kennedy, G. (1989). *Everything is negotiable*. Random House.
58. Krznaric, R. (2014). *Empathy*. TarcherPerigee.
59. Lawson, K. (2009). *Successful negotiating*. DK Publishing.
60. Leith, S. (2011). *You talkin' to me?*. Profile Books.
61. Levine, R. (2006). *The power of persuasion*. Wiley.
62. Levinson, J. C., Smith, M., & Wilson, O. (1999). *Guerrilla negotiating*. Wiley.
63. Lewis, R. (2006). *When cultures collide*. Nicholas Brealey.
64. Lewis, B. (2002). *The Middle East*. Simon & Schuster.
65. Lindstrom, M. (2011). *Brandwashed*. Crown Business.
66. Lopez, B. (2011). *The negotiator*. Little, Brown and Company.
67. Lyons, C. (2009). *I win, you win: The essential guide to principled negotiations*. Nicholas Brealey.
68. Macknik, S. L., & Martinez-Conde, S. (2010). *Sleights of mind*. Henry Holt and Company.
69. Malhotra, D., & Bazerman, M. H. (2008). *Negotiation genius*. Bantam Books.
70. McConnon, S. (2007). *Presenting with power*. Kogan Page.
71. McRaney, D. (2011). *You are not so smart*. Gotham Books.
72. Meredith, M. (2005). *The state of Africa*. Simon & Schuster.
73. Michalko, M. (2006). *Thinkertoys*. Ten Speed Press.
74. Misino, D. J., & DeFelice, J. (2002). *Negotiate and win*. AMACOM.
75. Mole, J. (2003). *Mind your manners*. Nicholas Brealey.
76. Morrison, T., & Conway, W. (2006). *Kiss, bow, or shake hands*. Adams Media.
77. Noesner, G. (2010). *Stalling for time*. Random House.
78. O'Connor, J., & Seymour, J. (1993). *Introducing NLP*. HarperCollins.
79. Oulton, N. (2013). *Killer presentations*. Pearson Education.
80. Peters, S. (2012). *The chimp paradox*. Vermilion.
81. Pink, D. H. (2012). *To sell is human*. Riverhead Books.
82. Pink, D. H. (2009). *Drive*. Riverhead Books.
83. Raiffa, H. (1982). *The art and science of negotiation*. Harvard University Press.
84. Reynolds, G. (2008). *Presentation zen*. New Riders.

85. Ross, G. H. (2006). *Trump style negotiations*. Wiley.
86. Russell-Walling, E. (2007). *50 ideas you really need to know: Management*. Quercus.
87. Shell, G. R., & Moussa, M. (2007). *The art of woo*. Penguin Books.
88. Shell, G. R. (2006). *Bargaining for advantage*. Penguin Books.
89. Stark, P. B., & Flaherty, J. (2003). *The only negotiating guide you'll ever need*. Broadway Books.
90. Taylor, D. (2007). *The naked coach*. Capstone.
91. Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge*. Yale University Press.
92. Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (1998). *Riding the waves of culture*. McGraw-Hill.
93. Ury, W. (1993). *Getting past no*. Bantam Books.
94. Ury, W. (2007). *The power of a positive no*. Bantam Books.
95. Walker, S., Walker, J., & Schmitz, B. (2002). *Doing business internationally*. McGraw-Hill.
96. Weissman, J. (2011). *In the line of fire*. Pearson Education.
97. Weissman, J. (2008). *Presenting to win*. FT Press.
98. Wiskup, M. (2010). *Presentations SOS*. Pan Macmillan.

#### Medios de comunicación especializados y enlaces de interés:

- Modaes. <https://www.modaes.com/>
- Fashion Network. <https://es.fashionnetwork.com/>
- Fashion United. <https://fashionunited.es/>
- Pinker Moda. <https://pinkermoda.com/>
- Ediciones Sibila. <https://edicionessibila.com/>
- Business of Fashion. <https://www.businessoffashion.com/>
- Women's Wear Daily. <https://wwd.com/>
- Pambianco News. <https://www.pambianconews.com/>
- Conde Nast: Vogue, Glamour, Vanity Fair, GQ, The New Yorker, AD...
- Hearst: ELLE, Harper's Bazaar, Esquire, Cosmopolitan...
- Prisa: El País, S Moda, ICON...
- Unidad Editorial: Telva, YoDona...

## 10. Otra información

---

### 10.1. Otra información sobre la asignatura.

#### COMUNICACIÓN

- **Horarios de tutorías:**

2 horas a la semana, a distribuir en una sesión de dos horas o en dos sesiones de una hora. Dichas sesiones deberán ser acordadas **previa petición por escrito** al profesor a través de email: [¿?@fundisma.upm.es](mailto:¿?@fundisma.upm.es)

- **Periodo de respuesta:** El periodo máximo de respuesta del profesor será de 72 horas, nunca se responderá en fin de semana.

- **Plataformas:** Moodle Y ZOOM UPM

#### ODS IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

ODS 4: Educación de Calidad

ODS 8: Trabajo Decente y Crecimiento Económico

ODS 9: Industria, Innovación e Infraestructura

ODS 12: Producción y Consumo Responsables

ODS 13: Acción por el Clima

ODS 17: Alianzas para Lograr los Objetivos