



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

813000125 – Espacios físicos y digitales de la moda

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	5
8. Actividades y criterios de evaluación	6
9. Recursos didácticos	7
10. Otra información.....	8

1. Datos descriptivos

1.1 Datos de la asignatura.

Nombre de la Asignatura	813000125 – Espacios físicos y digitales de la moda
Nº de Créditos	4 ECTS
Carácter	Obligatorio
Curso	1 curso
Semestre	1 Semestre
Periodo de impartición	Septiembre – enero
Idiomas de Impartición	Castellano
Titulación	81TI – Máster Universitario en Tecnología e Innovación en Diseño de Moda
Centro responsable de la titulación	81 – Centro Superior de Diseño de Moda
Curso Académico	2024 – 2025

2. Profesorado

2.1. Profesorado implicado en la docencia.

Nombre	Departamento	Despacho	Correo electrónico	Horario de tutorías*
Mercedes Rodríguez		Despacho Jefatura de Estudios	mercedes.rodriquez@upm.es	Previa petición por correo electrónico. Horario de lunes, de 17:00 a 18:00
Guillermo García-Badell		Despacho Dirección	guillermo.garciabadell@upm.es	Previa petición por correo electrónico. Horario de miércoles, de 12'00 a 14'30
María Llerena Iñesta				

* 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.

(Nombre asignatura)

3.2 Otros requisitos previos para cursar la asignatura.

Texto

4. Conocimientos previos recomendados

4.1 Asignaturas previas que se recomienda haber cursado.

(Nombre Asignatura)

4.2 Otros conocimientos previos recomendados para cursar la asignatura.

Texto

5. Competencias y resultados del aprendizaje

5.1. Competencias

5.2. Resultados del aprendizaje

- Conocimientos

CON. 3. El titulado o titulada podrá definir tendencias y saber integrarlas en un diseño.

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. 8. El titulado o titulada podrá organizar la gestión económica y administrativa.

- Competencias

COMP. 2. El titulado o titulada podrá desarrollar las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMP.5. El titulado o titulada podrá proyectar soluciones prácticas concretas que integren, a través del análisis, los conocimientos sobre nuevos materiales y tecnologías utilizados en el sector de la Moda.

COMP. 10. El titulado o titulada podrá ser capaz de trabajar en contextos internacionales.

- 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. 7. El titulado o titulada podrá demostrar su capacidad para gestionar la información.

6. Descripción de la Asignatura y temario

6.1. Descripción de la asignatura.

Los espacios digitales de la moda exploran cómo la digitalización ha transformado profundamente la manera en que se concibe, produce, comercializa y comunica la moda. A través del análisis de la evolución de las marcas, se abordará el impacto de tecnologías como la inteligencia artificial, el big data, la realidad virtual, aumentada y mixta, entre otras, que permiten una mayor personalización, agilidad y eficiencia en todos los procesos. Además, se estudiará el panorama actual del ecosistema de la moda digital, junto con los desafíos éticos y legales relacionados con la privacidad, la propiedad intelectual y la gestión de datos en esta nueva realidad.

La moda es sin duda una disciplina creativa, pero también es (o forma parte de), un sistema social y económico. Tiene por lo tanto partes de comunicación y de comercialización importantes, las cuales se sustentan en espacios físicos. Espacios físicos concretos como talleres, fábricas, o tiendas, pero también pasarelas y desfiles. Se abordarán las condiciones que determinan estos espacios para entender su importancia en el sistema, y para ello, se profundizará en el caso concreto de los desfiles de

moda, como evento catalizador de muchas de las decisiones de marca donde la imagen y la estrategia se concretan en un evento y un espacio determinados.

En ocasiones, la moda se sirve de conceptos a priori pertenecientes a otras disciplinas para desarrollar su propia identidad y trascender más allá de su sentido estético y funcional. En este apartado de la asignatura, se analizarán espacios híbridos, proyectos altamente experimentales, en los que se busca la interdisciplina y la creación de un diálogo entre la experiencia espacial y sensorial del proyecto que envuelve al objeto de diseño en su presentación y su propio concepto, dando lugar a eventos efímeros y diluidos, altamente experienciales y evocativos. Se estudiará la forma en la que la moda se ha nutrido de forma simbiótica y profunda con otras artes como la arquitectura o el arte plástico para dotarse de atributos que complementen y enriquezca la narración de la marca, producto o colección.

6.2 Temario de la asignatura.

1. Espacios digitales de la moda.
 - 1.1. Ecosistema de la moda del siglo XXI.
 - 1.2. Impacto de la digitalización en la industria de la moda.
2. Espacios sensoriales. La interdisciplina como herramienta narrativa.
 - 2.1 Evolución de las escenografías de la moda.
 - 2.2 Ruptura de los límites. La performance en los eventos de moda.
3. Espacios físicos de la moda. Los desfiles como síntesis espacial y conceptual
 - 3.1 El diseño, ¡siempre una cuestión de ideas!
 - 3.2 Los desfiles como síntesis espacial y conceptual

4 Cronograma

7.1. Cronograma de la asignatura

Sem.	Actividad tipo 1	Actividad tipo 2	Tele-enseñanza	Actividades de evaluación
1-6	Espacios digitales de la moda	Clases teóricas Clases prácticas Tutorías y seminarios Trabajo del alumno		Evaluación progresiva Entrega de ejercicio de investigación / práctico
7-10	Espacios sensoriales. La interdisciplina como herramienta narrativa	Clases teóricas Clases prácticas Tutorías y seminarios Trabajo del alumno		Evaluación progresiva Entrega de ejercicio de investigación / práctico
11-15	Espacios físicos de la moda. Los desfiles como síntesis espacial y conceptual	Clases teóricas Clases prácticas Tutorías y seminarios Trabajo del alumno		Evaluación progresiva Entrega de ejercicio de investigación / práctico

** 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.

5 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	Trabajos obligatorios propuestos en el aula, los cuales se realizarán en los momentos que previamente se anuncien en clase	Progresiva Trabajos escritos	Presencial	6 semanas	25%	5/10	C2 C5 C10
7-10	Trabajos obligatorios propuestos en el aula, los cuales se realizarán en los momentos que previamente se anuncien en clase	Progresiva Trabajos gráficos y escritos	Presencial	4 semanas	25%	5/10	C2 C5 C10
11-15	Trabajos obligatorios propuestos en el aula, los cuales se realizarán en los momentos que previamente se anuncien en clase	Progresiva Trabajos gráficos y escritos	Presencial	5 semanas	25%	5/10	C2 C5 C10
1-16	Dossier/potfolio de la asignatura				15%		C2 C5 C10
1-16	Asistencia y participación				10%		C2 C5 C10

8.1.2. Prueba evaluación global.

Sem.	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
1	Los profesores propondrán un enunciado para una prueba de evaluación práctica, que se presentará oralmente en el aula en la fecha asignada de forma oficial para el examen	Trabajo escrito y presentación oral	Presencial	2h	100%	5/10	C2 C5 C10

8.1.3. Evaluación convocatoria extraordinaria.

Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
Los profesores propondrán un enunciado para una prueba de evaluación práctica, que se presentará oralmente en el aula en la fecha asignada de forma oficial para el examen	Trabajo escrito y presentación oral	Presencial	2h	100%	5/10	C2 C5 C10

8.2. Criterios de Evaluación.

De acuerdo con la memoria del Plan de Estudios y a la normativa UPM, la asignatura se calificará mediante evaluación progresiva y evaluación por examen, en su primera convocatoria. Mediante la **evaluación progresiva** de los diversos ejercicios y pruebas parciales propuestas, se comprobará la asimilación de los contenidos y la adquisición de las competencias necesarias. Dado que el criterio de evaluación se basa en el progreso a lo largo del curso, los estudiantes podrán solicitar tutorías para analizar con el profesor la evolución de su trabajo.

La evaluación progresiva de la asignatura tendrá en consideración tres bloques: **75% trabajos prácticos y de investigación, 15% dossier individual y 10% asistencia y participación activa en clase**. Para optar al aprobado por evaluación progresiva, será necesaria la entrega de todos los trabajos obligatorios propuestos y la **asistencia a un mínimo del 80% de las clases**. Los trabajos obligatorios no podrán recuperarse si no se han llevado a cabo dentro del periodo docente.

Los estudiantes que así lo decidan podrán optar a una **prueba de evaluación global**, alternativa a la evaluación progresiva. Los estudiantes que no superen la asignatura mediante evaluación progresiva, podrán realizar dicha prueba de evaluación global.

Los estudiantes que no superen la asignatura mediante evaluación progresiva y/o la prueba global de la convocatoria ordinaria, podrán presentarse a la **convocatoria extraordinaria**, que se evaluará mediante examen final, en los meses de junio/julio. Los estudiantes podrán optar a la máxima calificación en la asignatura, siempre que hayan realizado los trabajos obligatorios reflejados en la Guía de Aprendizaje.

6 Recursos didácticos

9.1. Recursos didácticos de la asignatura.

Nombre	Tipo	Observaciones
<ul style="list-style-type: none"> BARTHES, R., <i>El Sistema de la moda y otros escritos</i>, PAIDOS, 2022. BENDONI, W.K. (2017). <i>Social Media for Fashion Marketing: Storytelling in a Digital World</i>. Fairchild Books HARRIS, C. (2017). <i>The Fundamentals of Digital Fashion Marketing</i>. Bloomsbury Publishing. HIGHSNOBIETY (2019). <i>The New Luxury: Defining the Aspirational in the Age of Hype</i>. Die Gestalten Verlag-DGV. KAWAMURA, Y. (2023). <i>Fashion-ology. Fashion Studies in the Postmodern Digital Era</i>. Bloomsbury Publishing. LUCE, L (2018). <i>Artificial Intelligence for Fashion: How AI is Revolutionizing the Fashion Industry</i>. Apress. PADIN, R. <i>Historia de las tendencias de moda</i>, Dextra ediciones, 2022. SEGURA, A. (2021). <i>Fashion Goes Tech: How Technology is Empowering Retail Businesses</i>. Independently published. SEYMOUR, S. (2008). <i>Fashionable Technology: The Intersection of Design, Fashion, Science and Technology</i>. Springer. SPICHER, M.R., Bernat, S. E., y Domszalai-Lantner, D. (2024). <i>Digital Fashion. Theory, Practice, Implications</i>. Bloomsbury Publishing. 	<p>Monografías</p>	

<ul style="list-style-type: none"> • THOMAS, D. (2020). <i>Fashionopolis: El precio de la moda rápida y el futuro de la ropa</i>. Superflua. • TORTORA, P. G. (2015). <i>Dress, Fashion and Technology. From Prehistory to the Present</i>. Bloomsbury Publishing. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Dazed (ENG) • Harvard Business Review (ENG) • Highsnobiety (ENG) • Jing Daily (ENG) • The Business of Fashion (ENG) • The Interline (ENG) • The New York Times (Fashion section) (ENG) • Vogue Business (ENG) • Vogue Fashion Shows (https://www.vogue.com/fashion-shows) • Women's Wear Daily (ENG) 	Revistas digitales	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Vogue</i> (América, Francia, Italia, Reino Unido, España,...) • <i>Harper's Bazar</i> (América, Reino Unido, España,...) • <i>InStyle</i> (América España,...), <i>Marie Claire</i> (América España,...),... • <i>Another Magazine</i> y <i>Another Man</i>, <i>The Gentlewoman</i> y <i>Fantastic Man</i>, <i>Purple</i>, <i>Love</i>, <i>LuLa</i>, <i>i-D</i>, <i>Monocle</i> ... 	Revistas	
<ul style="list-style-type: none"> • ANTONIONI M, 1966. Blow-up. • BAILEY F. & BARBATO R., 2012. In Vogue: The Editor's Eye. • BONHOTE I. & ETTEGUI P., 2018. McQueen • CONSTANT F., 2013. Mademoiselle C. • CUTLER R.J., 2009. The September Issue. • POLLACK S., 2005 Sketches of Frank Gehry. • IMMORDINO VREELAND L, PERLMUTT B.-J. & TCHENG F., 2011. Diana Vreeland: The Eye Has to Travel. • TCHENG F., 2014. Dior and I. 	Películas y documentales	

7 Otra información

10.1. Otra información sobre la asignatura.

COMUNICACIÓN

• Horarios de tutorías:

Tutorías con Mercedes Rodríguez: previa petición por correo electrónico solicitada al menos con 24h de antelación. Email: mercedes.rodriquez@upm.es

Tutorías con Mercedes Rodríguez: previa petición por correo electrónico solicitada al menos con 24h de antelación. Email: guillermo.garciabadell@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

La asignatura tiene un enfoque general sostenible y abarca una variedad de temas que pueden impactar varios ODS, especialmente aquellos relacionados con la innovación en la industria de la moda (ODS 9) y la producción y el consumo responsables (ODS 12). La integración de estas perspectivas en el temario pretende que los estudiantes entiendan la industria de la moda con un enfoque sostenible, considerando toda la vida del producto y reconociendo su papel como agentes de cambio comprometidos con una industria de la moda más responsable.