

Título Superior en Diseño

Especialidad

TÍTULO SUPERIOR EN
DISEÑO DE MODA

Enseñanzas Artísticas Superiores

**GUÍA DOCENTE
DE LA ASIGNATURA:
4º - Imagen de Moda**

Curso Académico 2025/26

**Escuela Superior Enseñanzas Artísticas
Osuna. Sevilla.**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

1.1 Datos de la asignatura

Denominación	4º - Imagen de Moda
Tipo de asignatura	Obligatoria de Especialidad
Materia	4º - Imagen de Moda
Tipo	Teórico-Práctica
Curso	CUARTO
Especialidad	TÍTULO SUPERIOR EN DISEÑO DE MODA
Duración	Primer Cuatrimestre
Créditos ECTS totales	4
Horas lectivas semanales	4
Prelación o requisitos previos	
Calendario	Jueves y Viernes
Horario de impartición	Jueves de 13:00 a 15:00h. Viernes de 9:00 a 11:00h.

1.2 Datos del profesorado

Nombre	María Ferrón Torrejón
Correo electrónico	mariacft@esea.es

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

2.1 Descripción de la asignatura

La imagen es un elemento que está inmerso en una rápida y constante evolución. En este sentido, el estudio de la imagen de moda permite concebir, fundamentar y documentar un proceso creativo a través del dominio de los principios teóricos y prácticos del diseño y la metodología proyectual, capaz de integrar los diversos lenguajes, las técnicas y las tecnologías en la correcta materialización de mensajes, ambientes y productos significativos. Por otro lado, afianzar y complementar los conocimientos adquiridos aplicándolos a proyectos ficticios de branding, marketing y comunicación permite valorar la imagen en su dimensión psicológica, sociológica y económica.

2.2 Contexto en el marco de la titulación

La asignatura forma parte de la materia “Proyectos de Diseño de Moda e Indumentaria”, que engloba las asignaturas “Proyectos de diseño de moda I”, “Proyectos de diseño de moda II”, “Diseño de complementos de moda”, “Ilustración digital de moda”, “Proyecto digital integrado” y, por supuesto, la asignatura “Imagen de Moda”. Esta asignatura se imparte en cuarto curso y se inscribe dentro de las llamadas asignaturas Obligatorias de Especialidad (OE) del cuarto curso de las EASD, siendo la misma de carácter semestral. Dicha asignatura aporta al estudiante 4 créditos de los 240 créditos ECTS (European Credit Transfer System) requeridos para obtener la especialidad de Diseño de Moda.

3. CONTENIDOS

3.1 Contenidos de la asignatura

La percepción. Leyes y teorías perceptivas aplicadas. Moda: contextos, configuración, representación y expresión mediante la imagen de moda. El lenguaje de la imagen aplicado a la moda. La sensación y la moda. Estudio de los procesos sensoriales, perceptivos y cognitivos de las imágenes de moda. Creación del concepto de la imagen moda. Semiótica de la imagen Moda. Valores asociados. Arquetipos de la feminidad y masculinidad. Imagen y estereotipos. Elementos expresivos y relacionados de la moda. Introducción a la sociología de la moda. Análisis y crítica de tendencias. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

3.2 Programa

UNIDAD 1. Branding como imagen de moda

1. Introducción al branding
2. Concepto de marca
3. Psicología del branding
4. Desafío del branding

UNIDAD 2. Concepto, características y naturaleza de la imagen

1. Concepto y naturaleza de la imagen
2. La percepción visual
3. Imagen=creatividad

UNIDAD 3. Moda y comunicación

1. El proceso de comunicación
2. Funcionalidad
3. Actualidad
4. Publicidad
5. Sociología

UNIDAD 4. El lenguaje de la moda

1. El lenguaje de la imagen aplicado a la moda
2. Soportes

UNIDAD 5. Sensación y moda

1. Elementos satélites
2. Música
3. Escenografía

UNIDAD 6. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

Esta unidad tiene un carácter recopilatorio de todo lo aprendido anteriormente y servirá para desarrollar la capacidad de experimentación del alumnado. Se trabajará la vertiente creativa y la vertiente técnica que todo diseñador debe desarrollar en su trabajo diario.

4. COMPETENCIAS

4.1 Competencias Transversales

- CT01 - Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora
- CT02 - Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente
- CT04 - Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación
- CT06 - Realizar autocritica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal
- CT07 - Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo
- CT08 - Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos
- CT17 - Contribuir con su actividad profesional a la sensibilización social de la importancia del patrimonio cultural, su incidencia en los diferentes ámbitos y su capacidad de generar valores significativos..

4.2 Competencias Generales

- CG01 - Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos
- CG02 - Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación
- CG03 - Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica
- CG05 - Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio
- CG06 - Promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño
- CG11 - Comunicar ideas y proyectos a la clientela, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo
- CG13 - Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño
- CG14 - Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales
- CG19 - Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.

4.3 Competencias Específicas

- CE01 - Generar propuestas creativas de diseño de moda e indumentaria adecuadas a los condicionamientos materiales, funcionales, estéticos y

comunicativos de los supuestos de trabajo

CE08 - Resolver los problemas estéticos, funcionales, técnicos y de realización que se planteen durante el desarrollo y ejecución del proyecto

CE10 - Conocer los recursos tecnológicos de la comunicación y sus aplicaciones al diseño de moda e indumentaria

CE13 - Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño de moda e indumentaria

CE15 - Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.

5. METODOLOGÍA DOCENTE

5.1 Actividades			
Actividades Evaluables			
Actividad	Descripción	Horas	Porcentaje dedicación
Clases teóricas	Clases teóricas magistrales impartidas por el profesor de la asignatura como explicación de la materia.	30	30,00%
Clases prácticas	Clases prácticas en aula a partir de comentarios que deben realizar los alumnos bajo la supervisión del profesor de la asignatura.	5	5,00%
Teórico prácticas	Se analizan y estudian diversas piezas representativas de los diferentes estilos sucedidos a lo largo de la historia del diseño, donde el alumno debe ser capaz de aplicar los contenidos expuestos por el profesor anteriormente. Se pretende, por tanto, la adquisición de conocimientos que posibilite la articulación de un juicio crítico con un cierto grado de autonomía.	20	20,00%
Exposiciones y presentaciones orales	Comunicación pública, individual o en grupo, de los resultados de un trabajo o proyecto de investigación de un autor o diseñador y a partir del mismo desarrollar una propuesta creativa donde el alumno puede mostrar la aplicación de los contenidos adquiridos. De este modo, se aplican las competencias del desarrollo de capacidades de comunicación de proyectos a través de la terminología específica de esta área.	4	4,00%
Asistencia a conferencias	Asistencia y participación a conferencias, exposiciones, seminarios o talleres. Según la naturaleza de dichas actividades puede conllevar la elaboración de informes y comentarios.	2	2,00%

Exámenes parciales o finales	Se basa en la realización de exámenes de carácter escrito donde el alumno pueda demostrar la adquisición de las competencias y su madurez en el uso de los elementos teóricos de la asignatura. En estos exámenes, el alumno debe mostrar su capacidad para la elaboración de discursos textuales y la estructuración de contenidos, en ocasiones con carácter sintético.	2	2,00%
Actividades o Seminarios	Se basa en la realización de actividades o seminarios online	1	1,00%
	Total horas presenciales	64	64%
Actividades No Presenciales			
Actividad	Descripción	Horas	Porcentaje de dedicación
Estudio individual	El alumno debe realizar una lectura, análisis y práctica de los contenidos y técnicas explicadas con el objetivo de asimilar los contenidos y plantear las dudas que puedan surgir de esta tarea. Así mismo, es fundamental que el alumno repita o repase los ejercicios prácticas establecidos en clase como método de interiorización del aprendizaje autorizado en la clase. Para este estudio, será de utilidad el uso de los servicios de biblioteca, del campus virtual y de las aulas informáticas y talleres vinculados al desarrollo de la asignatura.	12	12,00%
Organización de Grupos de Trabajo	Organización de trabajos en grupos de alumnos como método para el desarrollo de habilidades en equipo y transmisión de información ante una audiencia especializada. A este respecto, las actividades de esta acción formativa se concretan, en un primer momento, con la preparación y elaboración de proyectos de cierta envergadura relacionados con	8	8,00%

	los elementos y composición del diseño gráfico en movimiento. En un segundo momento, se establecerán las habilidades comunicativas para su exposición, tanto oral como escrita.		
Proyectos de investigación	Se trata de proyectos de considerable envergadura donde el alumno debe profundizar con cierto carácter autónomo en contenidos concretos del temario. En función del tema, estos proyectos pueden tener una variante creativa o retrospectiva.	8	8,00%
	Total horas de trabajo autónomo	28	28%
	Total volumen de trabajo	92	4 ETCS

5.2 Recursos

Pizarra, ordenador, cañón para proyectar la pantalla del ordenador en la pared, bibliografía de consulta, videos adecuados para cada unidad y elementos gráficos para análisis, equipamiento informático, red y software registrado o libre para la realización de las actividades. Será necesario que el alumnado asista a clase con el material necesario para trabajar. Dicho material será especificado por el profesor con suficiente tiempo de antelación. En determinadas ocasiones el docente facilitará mediante fotocopias el material básico de trabajo o que será fundamental obtener para la realización del ejercicio.

5.3 Bibliografía y Documentación Complementaria

W.J.T. Mitchell, Teoría de la Imagen, AKAL / Estudios Visuales, 2009

Umberto Eco, La estrategia de la ilusión, Lumen, 1996

Cynthia Freeland, Pero ¿esto es arte?, Cátedra, 2003

Edward T. Hall, Más allá de la cultura, Gustavo Gili, 1980

Charles Doelker, La realidad manipulada, Gustavo Gili, 1985

Hugh Aldersey-Williams, Identidad corporativa, Parramón, 1993

Bruno Munari, Comunicación y diseño, Gustavo Gili, 1983

Lluís Bassat, El libro rojo de la publicidad, Grijalbo, 2000

William Meyers, Los creadores de imagen, Ariel, 1986

De la Puente, I

El imperio de la moda, Cordoba, España: arcopress 2011.

Ramírez, Juan Antonio. Corpus Solus. Edit.Siruela 2003.

6. CRITERIOS Y PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

6.1 Criterios de Evaluación

6.1.1 Criterios de Evaluación Transversales

CET01 - Demostrar capacidad para organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora, solucionando problemas y tomando decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza

CET02 - Demostrar capacidad para recoger, analizar y sintetizar información significativa y gestionarla adecuadamente

CET03 - Demostrar el uso eficiente de las tecnologías de la información y la comunicación

CET05 - Demostrar capacidad para la autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal

CET06 - Demostrar habilidad comunicativa y crítica constructiva en el trabajo en equipo

CET07 - Demostrar capacidad razonada y crítica de ideas y argumentos

CET16 - Demostrar capacidad para contribuir a la sensibilización social de la importancia del patrimonio cultural, su incidencia en los diferentes ámbitos y su capacidad de generar valores significativos.

6.1.2 Criterios de Evaluación Generales

CEG01 - Demostrar capacidad para concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos

CEG02 - Demostrar dominio de los lenguajes y recursos expresivos de la representación y la comunicación

CEG03 - Demostrar capacidad para establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica

CEG05 - Demostrar capacidad para actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio

CEG06 - Demostrar capacidad para promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño

CEG11 - Demostrar capacidad de comunicar ideas y proyectos a la clientela, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo

CEG13 - Demostrar capacidad para conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño

CEG14 - Demostrar capacidad para valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales

CEG19 - Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.

6.1.3 Criterios de Evaluación Específicos

6.2 Procedimiento de Evaluación

La evaluación se realizará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, realización de ejercicios individuales o en equipo.

Tal como consta en la Orden de 16 de octubre de 2012, por la que se establece la Ordenación de la Evaluación del Proceso de Aprendizaje del alumnado de las Enseñanzas Artísticas Superiores, el alumnado tendrá derecho a dos convocatorias de pruebas de evaluación, por curso académico. Las convocatorias de las asignaturas de periodicidad anual se realizarán los meses de junio (Convocatoria Ordinaria 1^a) y septiembre (Convocatoria Ordinaria 2^a).

De forma general, el alumnado dispone de cuatro convocatorias para la superación de la asignatura.

Los requisitos para superar cada convocatoria son las siguientes:

Convocatoria Ordinaria 1^a: el alumnado debe aprobar tanto el examen final como la media ponderada del resto de actividades de evaluación.

Convocatoria Ordinaria 2^a: el alumnado debe aprobar tanto el examen final como la media ponderada del resto de actividades de evaluación.

7. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

PONDERACIÓN DE LAS ACTIVIDADES EVALUABLES

Actividad de Evaluación	Descripción de la Actividad	Ponderación
Examen final de carácter escrito o práctico	<p>Se basa en la realización de una prueba específica de evaluación, de carácter escrito y/o práctico, donde el alumno pueda demostrar la adquisición de las competencias asignadas a la asignatura y las destrezas y conceptos adquiridos durante todo el curso. Para aprobar la asignatura es obligatorio aprobar el examen con al menos una puntuación de 5.</p> <p>Para aquellos alumnos que no superen la asignatura en la convocatoria ordinaria, se establecerá un plan de recuperación que constará de los siguientes apartados:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pasado el examen final de la convocatoria ordinaria, estará disponible en la plataforma Educ@ un proyecto final de recuperación que deberá entregar antes de la fecha del examen de septiembre. - El alumno tendrá que presentarse al examen de la convocatoria de septiembre. 	50 %
Pruebas parciales de carácter escrito o práctico		0%
Actividades Prácticas	<p>Son ejercicios prácticos realizado en la propia aula, tutorizados por el profesor, y que suponen una aplicación práctica a modo de ejemplificación, de los contenidos descritos en la propia clase. Se busca la conformidad de la adquisición de las competencias por parte del alumno, así como la detección de dificultades en la asimilación de los contenidos. Al realizarse en la propia aula, el profesor puede resolver pequeñas dudas del proceso de elaboración tanto a nivel individual como grupal.</p> <p>La asistencia a las clases es obligatoria y se valorará la puntualidad y asistencia, puntuando de forma negativa todas las faltas no justificadas debidamente.</p>	20%
Trabajos Individuales o en Grupos	<p>Son ejercicios prácticos, y que suponen una aplicación práctica de los contenidos descritos en cada unidad de la asignatura. Se busca la conformidad de la adquisición de las competencias por parte del alumno, así como la transmisión y el desarrollo de ideas y conceptos. Todas las entregas son obligatorias hacerlas en</p>	20%

	<p>fecha y plazo. Aquellas que no se hayan entregado en fecha y plazo puntuarán de forma negativa por el valor máximo de la entrega en el cómputo de la nota final.</p> <p>En el caso de detectarse en los trabajos presentados plagios de otros trabajos, se podrán tomar las siguientes determinaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quitar puntos en la nota final a todos los alumnos implicados. - Suspender la materia hasta septiembre de todos los alumnos implicados iniciando para ello el plan de recuperación. 	
Actividades Virtuales	0%	
Trabajos de investigación	<p>Realización de defensa oral en clase de un trabajo propio con propuesta propia a partir de un enunciado del profesor. Se persigue con esto la transmisión de ideas y conceptos, elaboración de propuestas y desarrollos de la creatividad, capacidad de corrección y expresión oral en público, mediante discurso.</p> <p>La exposición de todos los trabajos realizados por el alumno será de carácter obligatorio.</p> <p>Aquellos alumnos que no la realicen puntuarán de forma negativa en la nota final.</p>	8%
Asistencia y Participación en Seminarios y Talleres	<p>La evaluación incluye la asistencia y aprovechamiento de los estudiantes de los seminarios y conferencias organizados en torno a los contenidos integrados en la asignatura.</p>	2%

7.2 Sistema de calificación

El resultado del aprendizaje se expresa mediante calificación numérica de 0 a 10, con un decimal. Las calificaciones cualitativas en relación con las numéricas son las siguientes:

0-4,9	SUSPENSO
5,0-6,9	APROBADO
7,0-8,9	NOTABLE
9,0-10	SOBRESALIENTE

8. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Durante el desarrollo del curso se plantearán un catálogo de actividades complementarias a los contenidos impartidos. Estas actividades se centrarán en dos acciones formativas fundamentalmente:

- Asistencias a Seminarios y Talleres organizados por el centro, cuyo contenido tenga una relación transversal con la asignatura
- Visita a Exposiciones. En este caso, no hay una planificación previa pues depende de la programación de las instituciones culturales.

9. SISTEMAS DE PARTICIPACIÓN DEL ALUMNADO EN LA EVALUACIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Para facilitar el proceso de enseñanza aprendizaje, el alumno será partícipe del resultado de las diferentes actividades de evaluación a través de una doble vía:

- Por un lado, la indicación de los errores cometidos y la puntuación obtenida en los diferentes enunciados a través de la revisión de las pruebas escritas una vez realizadas.
- Por otro lado, a través de un informe de evaluación para los ejercicios y proyectos prácticos donde se explique los criterios de evaluación utilizados y su ponderación con respecto a la nota final del ejercicio. Dicho informe, incluirán adicionalmente observaciones que faciliten el proceso de aprendizaje del alumno. Los criterios de evaluación serán diferentes en función de la naturaleza del ejercicio.

CRONOGRAMA

Semana	Sesión	Clase Teórica	Clase Práctica	Evaluación	Contenidos
1 ^a	1 ^a Sesión	X			Unidad 1. Tema 1. Introducción al branding. Tema 2. Concepto de marca
2 ^a	2 ^a Sesión	X	X		Unidad 1. Tema 2. Concepto de marca (II) Unidad 1. Tema 2. Concepto de marca. Prácticas en aula.
3 ^a	3 ^a Sesión	X			Unidad 1. Tema 3. Psicología del branding. Unidad 1. Tema 3. Psicología del branding (II).
4 ^a	4 ^a Sesión	X	X		Unidad 1. Psicología del branding. Prácticas en aula. Unidad 1. Tema 4. Desafío del branding
5 ^a	5 ^a Sesión	X	X		Unidad 1. Práctica en aula. Unidad 2. Concepto, características y naturaleza de la imagen. Tema 1. Concepto y naturaleza de la imagen
6 ^a	6 ^a Sesión	X	X		Unidad 2. Tema 1. Concepto y naturaleza de la imagen (II) Exposiciones. Práctica Concepto, características y naturaleza de la imagen.

7 ^a	7 ^a Sesión	X	X		Unidad 2. Tema 2. La percepción visual Unidad 2. Tema 2. La percepción visual II. Prácticas en aula
8 ^a	8 ^a Sesión	X	X		Unidad 2. Tema 3. Imagen=creatividad Unidad 2. Tema 3. Imagen=creatividad II. Prácticas en aula.
9 ^a	9 ^a Sesión	X			Unidad 3. Moda y comunicación. Tema 1. El proceso de comunicación.
10 ^a	10 ^a Sesión	X	X		Unidad 3. Moda y comunicación. Tema 1. El proceso de comunicación II. Prácticas en aula. Unidad 3. Moda y comunicación. Tema 2. Funcionalidad.
11 ^a	11 ^a Sesión	X			Unidad 3. Moda y comunicación. Tema 3. Actualidad. Unidad 3. Moda y comunicación. Tema 4. Publicidad.
12 ^a	12 ^a Sesión				Unidad 3. Moda y comunicación. Tema 4. Publicidad II (prácticas en aula) Unidad 3. Moda y comunicación. Tema 5. Sociología
13 ^a	13 ^a Sesión	X	X		Unidad 3. Moda y comunicación. Tema 5. Sociología II

					Unidad 4. El lenguaje de la moda. Tema 1. El lenguaje de la imagen aplicado a la moda
14 ^a	14^a Sesión	X	x		Unidad 4. El lenguaje de la moda. Tema 2. Soportes Exposiciones. Práctica Unidades 3 y 4.
15 ^a	15^a Sesión	X	X		Unidad 5. Sensación y moda. Tema 1. Elementos satélites Prácticas en aula
16 ^a	16^a Sesión		X		Unidad 5. Sensación y moda. Tema 2. Escenografía. Tema 3. Música
17 ^a	17^a Sesión		X	x	Repasos contenidos. Dudas sobre el examen fina / trabajo y tiempo de investigación en el aula.
18 ^a	18^a Sesión		X	x	Examen final