

# Título Superior en Diseño

Especialidad

TÍTULO SUPERIOR EN  
DISEÑO DE MODA

Enseñanzas Artísticas Superiores

**GUÍA DOCENTE**

DE LA ASIGNATURA:

**4º - Estilismo, Moda y  
Comunicación**

Curso Académico 2023/24

Escuela Superior Enseñanzas Artísticas  
Osuna. Sevilla.

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

1.1 Datos de la asignatura	
Denominación	4º - Estilismo, Moda y Comunicación
Tipo de asignatura	Obligatoria de Especialidad
Materia	4º - Estilismo, Moda y Comunicación
Tipo	Teórico-Práctica
Curso	CUARTO
Especialidad	TÍTULO SUPERIOR EN DISEÑO DE MODA
Duración	Primer Cuatrimestre
Créditos ECTS totales	5
Horas lectivas semanales	5
Prelación o requisitos previos	ninguno
Calendario	De 20 septiembre 2023 hasta 2 febrero 2024
Horario de impartición	mañana
1.2 Datos del profesorado	
Nombre	Sofía Clari Rodríguez
Correo electrónico	sofiacr@esea.es

## 2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

### 2.1 Descripción de la asignatura

Esta asignatura proporciona un conocimiento detallado sobre el mundo del estilismo de moda y su entorno con todas las diferentes opciones profesionales que derivan de este.

El aprendizaje se enfoca en desarrollar la capacidad creativa para crear un sello personal que funcione tanto a nivel local como global, así como desarrollar la capacidad de adaptación a un briefing determinado para una clientela específica sabiendo asesorar de manera profesional para construir su mejor versión en un mundo cada vez más cambiante y vertiginoso. Para ello se debe adquirir un buen bagaje cultural, psicológico y experiencial.

El objetivo final es lograr que el alumnado esté preparado para los retos que el mercado del estilismo de moda demanda, tanto como profesión en sí misma como formando parte inseparable en desfiles y pasarelas de moda, catálogos de marca propia o ajena, fotografía de moda, publicidad, escaparates, editorial de moda o medios de comunicación impresos y digitales.

### 2.2 Contexto en el marco de la titulación

Estilismo, moda y comunicación se inscribe dentro de las llamadas Asignaturas Obligatoria de especialidad (OE) del cuarto curso de las EEAASS, siendo la misma de carácter semestral. Esta asignatura aporta al estudiante 5 de los 240 créditos E.C.T.S. (European Credit Transfer System) requeridos para obtener la certificación de en las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño de Moda

## 3. CONTENIDOS

### 3.1 Contenidos de la asignatura

Concepto de Estética y Estilismo. Estilismo y estética: las imágenes de la belleza. Tipologías corporales. Estilismo y comunicación visual: pasarelas, fotografía, medios de comunicación... Estilismo y creación: idea de conjunto o estilo, básicos de colección y prendas estrella. El asesor de imagen de moda: El "personal shopper". Estilismo y escaparatismo de moda. Creación de la imagen de moda y su difusión a través del estilismo. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

### 3.2 Programa

- 1 Concepto de Estética y Estilismo
  - 1.1. Términos específicos y vocabulario propios de la materia.
  - 1.2. Las distintas fuentes de investigación y la cultura: música, arte, cine, poesía. Análisis y ejemplos.
  - 1.3. Métodos de experimentación. La relativización de la belleza contemporánea.
2. Estilismo y comunicación visual
  - 2.1. Desfiles de moda.
    - 2.1.1. Origen de los desfiles y situación actual.
    - 2.1.2. Estilismo para desfile: características, análisis y ejemplo real en OFF y MBMFW.
      - 2.1.2.1. Herramientas y técnicas necesarias para el estilismo.
      - 2.1.2.2. Agencias y kit de estilismo.
    - 2.1.3. Escenografía e iluminación en diferentes localizaciones.
    - 2.1.4. Maquillaje, peluquería y música.
  - 2.2. Dirección creativa en el mundo del estilismo. Fotografía de moda y estilistas.
  - 2.3. Medios de comunicación.
    - 2.3.1. La editorial de moda:
      - 2.3.1.1. Creación de tendencias y contenidos. Redes, influencers.
      - 2.3.1.2. Equipo, preparación, shopping y sesión de prueba.
      - 2.3.1.3. Sesión de fotos o "shooting": en el "set". Cronología del trabajo.
        - 2.3.1.4. Cierre, devoluciones y créditos.
        - 2.3.1.5. Parte escrita, creación contenidos redes y copywriting.
    - 2.3.2. Televisión, series, cine, publicidad, música (videoclips), mini-videos y fashion films.
3. Estilismo y creación. Creación de la imagen de Moda y su difusión a través del estilismo.
  - 3.1. Idea de conjunto o estilo, básicos de colección y prendas estrella.
  - 3.2. Potenciación del mensaje e imagen a través del estilismo. Lookbook e identidad de marca.
  - 3.3. Escaparatismo o visual merchandising.

4. El asesor de imagen en moda
  - 4.1. Tipologías corporales y ajustes visuales
  - 4.2. El “personal shopper”. Creación de un fondo de armario.
  - 4.3. Cambio de imagen.
    - 4.3.1. Colorimetría y estudio psicológico.
    - 4.3.2. Visajismo.
    - 4.3.3. Protocolo, dresscode, eventos de moda.

## 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
- CT03 - Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza
- CT04 - Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación
- CT06 - Realizar autocrítica 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
- CT10 - Liderar y gestionar grupos de trabajo
- CT13 - Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional
- CT14 - Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables
- CT15 - Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional..

### 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
- CG04 - Tener una visión científica sobre la percepción y el comportamiento de la forma, de la materia, del espacio, del movimiento y del color
- CG07 - Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares
- CG08 - Plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales
- CG14 - Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales
- CG16 - Ser capaces de encontrar soluciones ambientalmente sostenibles
- CG18 - Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos
- CG19 - Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación

CG20 - Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño

CG21 - Dominar la metodología 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

CE02 - Concebir y materializar proyectos de diseño de moda e indumentaria que integren los aspectos formales, materiales, técnicos, funcionales, comunicativos y de realización

CE05 - Adecuar la metodología y las propuestas de diseño a la evolución tecnológica e industrial propia del sector

CE06 - Fundamentar el proceso creativo en estrategias de investigación, metodológicas y estéticas

CE09 - Analizar los estudios de mercado y su incidencia en el desarrollo de nuevos productos y colecciones

CE10 - Conocer los recursos tecnológicos de la comunicación y sus aplicaciones al 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
<b>Clases teóricas</b>	Clases teóricas magistrales impartidas por el profesor de la asignatura como explicación de la materia.	15	12,00%
<b>Clases prácticas</b>	Clases prácticas en aula a partir de comentarios que deben realizar los alumnos bajo la supervisión del profesor de la asignatura.	24	19,20%
<b>Teórico prácticas</b>	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.	33	26,40%
<b>Exposiciones y presentaciones orales</b>	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.	12	9,60%
<b>Asistencia a conferencias</b>	Asistencia y participación a conferencias, exposiciones, seminarios o talleres. Según la naturaleza de dichas actividades puede conllevar la elaboración de informes y comentarios.	6	4,80%



<b>Exámenes parciales o finales</b>	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.	0	0,00%
<b>Actividades o Seminarios</b>	Se basa en la realización de actividades o seminarios online	0	0,00%
<b>Total horas presenciales</b>		<b>90</b>	<b>72%</b>
<b>Actividades No Presenciales</b>			
<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Horas</b>	<b>Porcentaje de dedicación</b>
<b>Estudio individual</b>	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 prácticos 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.	20	16,00%
<b>Organización de Grupos de Trabajo</b>	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	5	4,00%

	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.		
<b>Proyectos de investigación</b>	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.	10	8,00%
	Total horas de trabajo autónomo	35	28%
	Total volumen de trabajo	125	5 ETCS

## 5.2 Recursos

Aulas con ordenador, acceso a internet y cañón.  
Estudio de fotografía mínimo 5 días, cámaras e iluminación.

## 5.3 Bibliografía y Documentación Complementaria

Alexander, Lucy, autor; Meara, Timothy, autor; Perry, Grayson, autor del prólogo. Barcelona : Blume; (2020). Lecciones fundamentales de arte y diseño : comunicación, moda y textiles, bellas artes y diseño tridimensional : Central Saint Martins Foundation.

Alonso Bahamonde, P

(2014). Asesoría en vestuario, moda y complementos, Madrid, España: Videocinco Editorial.

Belén E

(2022). Historia de la moda contemporánea. Zaragoza: Pinolia.

Bou

(2012). Retro & vintage : inspiration for art & design. Monsa.

Chavez, B

(2009). El libro rojo del estilo, Ed.; Martinez Roca.

Byung-Chul Han

(2015). La salvación de lo bello, Barcelona, España: Herder.

Díaz Padilla, Torrego Graña, J. F

Pardo Ordóñez, J

Pardo Ordóñez, M. Á

Bagés Villaneda, J

Pérez González, C

Iracheta, M. de

Horcajada, R

Insúa, L

Mayo, L

Matey López, L

Mendoza Urgal, M

& González Vázquez, M. (2012). Ilusiones ópticas en la publicidad y el diseño. UCM.

Díaz, P

(2014). Comunicación y gestión de marcas de moda. Barcelona: Gustavo Gili.

Evenson, N.J

(2011). Moda: Historia de los diseños y estilos que han marcado época. Lunwerg.

González Ariza, & Jiménez Marín, G

(2018). Moda, publicidad y arte : alcance y límites. [s.n.].

González Jimenez, P

(2011). Manual del Estilista. Ed.; Martinez Roca.

Fogg, M

(2014). Moda. Toda la historia, Barcelona, España: Blume.

Griffiths, D

(2016). Manual del estilista de moda. Barcelona: Gustavo Gili.

Heller, E

(2010). Psicología del color. Barcelona: Gustavo Gili.

Jacobs, Coddington, G

Coppola, S

& Matsumoto, T. (2019). Marc Jacob illustrated. Phaidon

Judith C. Everett / Kristen K. Swanson (2013). Guide to producing a fashion show. New York: Fairchild books .

Leventon, M

(2009). Vestidos del mundo. Desde la antigüedad hasta el siglo XIX. Tendencias y estilos para todas las clases sociales, Barcelona, España: Blume.

Lipovetsky, G

(2.006). El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas.

Barcelona: Anagrama.

López López, A.M

(2011). Coolhunting digital : a la caza de las últimas tendencias. Anaya Multimedia.

López Nieto F

(2013). Manual de protocolo. Barcelona: Ariel.

Losada, C

(2007). Protocolo moderno y éxito social. Madrid. Alianza Editorial.

Lynge-Jorlen, Ane (ed.). (2020) Fashion Stylists: History, Meaning and Practice. London: Bloomsbury Visual Arts.

Marín Martínez, M. B.,( 2016). Escaparatismo y diseño de espacios comerciales, Madrid Paraninfo.

Martínez, I

(2016). El manual del estilista. Londres: AuthorHouse.

Mcassey, Buckley, C

& Herrero, B

(2011). Estilismo de moda. Editorial Gustavo Gili.

Moda. Historia y estilos,(2019). Londres: Dorling Kindersley Publishing.

Morgan. (2016). Visual merchandising: escaparates e interiores comerciales. Editorial Gustavo Gili.

Muthu, & Gardetti, M. A. (Eds.). (2020). Sustainability in the Textile and Apparel Industries Sustainable Textiles, Clothing Design and Repurposing. Springer International Publishing.

Nadoolman, D

(2014). Diseño de vestuario. El arte del cine. Barcelona: Blume.

Piqué Sans, R

(2011). Vestimenta y Protocolo. Madrid. Difusión Arte.

Plasencia Climent, & Martínez Lance, M

(2007). Las proporciones humanas y los cánones artísticos. Universidad Politécnica de Valencia.

Poveda Criado, & Esteban Blein, J

(2013). Producción de ficción en cine y televisión. Edición Personal.

Poveda Criado. (2018). Producción publicitaria. Fragua.

Rivière, M. (2013). Historia informal de la moda. Barcelona: Penguin Random.

Riello, G

(2016). Breve historia de la moda. Desde la Edad Media hasta la actualidad, Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.L.

Rivière, M. (2014). Diccionario de la moda. Madrid: De bolsillo.

Siegel, E. (2009). Curso de Fotografía de Moda. Madrid: Editorial Acanto.

Stefanella S

(2016). Historia de la moda. Madrid. Promopress.

Taylor-Haw

(2009). La iluminación en el estudio fotográfico. Omega.

Ureña Pérez de Villar M

(2014). Uso de los eventos en el sector de la moda para la generación de publicity y la creación de imagen. Trabajo de fin de grado. Universitat Autònoma de Barcelona.

Vilaseca, E

(2010). Desfiles de moda: diseño, organización y desarrollo Barcelona: Promopress.

Wager & Duato García, R. (2018). La Paleta perfecta: combinaciones de colores inspiradas en el arte, la moda y el diseño. Promopress.

Wilde, Gómez Vaquero, A

& Primo, C

(2021). Las leyes de la belleza: Tres conferencias sobre moda y arte. Carpe Noctem.

VV.AA.(2016). El ABC de la Moda, Phaidon press Limited.

## 6. CRITERIOS Y PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

### 6.1 Criterios de Evaluación

#### 6.1.1 Criterios de Evaluación Transversales

- CET07 - Demostrar capacidad razonada y crítica de ideas y argumentos
- CET10 - Demostrar la aplicación, en la práctica laboral, de una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad
- CET11 - Demostrar capacidad para la adaptación, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales, artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continuada
- 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 significativo.

#### 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
- 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
- CEG08 - Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales
- CEG11 - Demostrar capacidad de comunicar ideas y proyectos a la clientela, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo
- CEG12 - Demostrar capacidad para profundizar en la historia y la tradición de las artes y del diseño
- CEG13 - Demostrar capacidad para conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño
- CEG19 - Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación
- CEG21 - Demostrar dominio de la metodología 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 1ª) y septiembre (Convocatoria Ordinaria 2ª).

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

Convocatoria Ordinaria 2ª: 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	Editorial de moda. Esta prueba constará de dos bloques: a) Editorial Creativa: experimentación modificando el uso habitual de las prendas. b) Editorial de moda con prendas propias y ajenas, donde el alumnado se pondrá en la piel de un estilista de moda profesional, desarrollando todo el proceso con los pasos explicados en clase. Finalmente se realizará un dossier recopilatorio editado a modo de revista que se expondrá en grupo como si de una reunión de revista se tratara.	35 %
Pruebas parciales de carácter escrito o práctico	Desarrollo evento de moda: desfile final. Planteamiento desfile propio o ajeno desarrollando cada uno de los pasos y actores involucrados. Exposición y discusión final grupal en clase para realizar las correcciones necesarias.	15%
Actividades Prácticas	Asesoría de imagen: Estos trabajos permitirán asimilar los parámetros que la estética y las tipologías corporales aportan como herramientas para correcciones ópticas en claves de estilismo. Trabajos de Role play en clase.	15%
Trabajos Individuales o en Grupos	Trabajos en grupo: Revista fin de curso con los trabajos editoriales realizados, editados y maquetados. Para la realización de la revista, el alumnado agrupará sus trabajos y escritos de investigación de la editorial de moda, lo unificará hasta realizar un todo uniforme pero con diferentes contenidos.	12%
Actividades Virtuales		%
Trabajos de investigación	Estilismo colección propia: Realización de trabajo de investigación con un texto y panel de recortes, moodboard o referencias visuales basado en un tema de interés social y personal para la editorial de estilismo. La investigación técnica y forma de proceder en cuanto a planos, cantidad de prendas etc, podrá estar basada en estilistas y profesionales de la fotografía de moda que habremos revisado en clase y la parte artística deberá ser una investigación personal sobre un tema de interés social y personal. Esta misma investigación sería la base	15%



	para el planteamiento de estilismo de sus propias colecciones para final de curso.	
Asistencia y Participación en Seminarios y Talleres	Se incluye en este apartado la asistencia a seminarios, visitas relacionadas con los contenidos integrados en la asignatura y participación en talleres y/o conferencias.	8%

## 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:

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

## 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 una vez realizadas.
- Por otro, a través de un informe de evaluación para los ejercicios y proyectos prácticos donde se expliciten los criterios de evaluación utilizados y su ponderación con respecto a la nota final del ejercicio. Dicho informe incluirá adicionalmente observaciones que faciliten el proceso de aprendizaje del alumno. Los criterios de evaluación serán diferentes en función de la naturaleza del ejercicio.

## 1. CRONOGRAMA

Semana	Sesión	Clase Teórica	Clase Práctica	Evaluación	Contenidos
1ª	1ª Sesión	x			Presentación
	2ª Sesión	x			Guía docente. <b>1 Concepto de Estética y Estilismo.</b> 1.1. Términos específicos y vocabulario propios de la materia. Lo relativización de la belleza.
2ª	3ª Sesión	x			1. Las distintas fuentes de investigación y la cultura: música, arte, cine, poesía. Análisis y ejemplos. 1.3. Métodos de experimentación.
	4ª Sesión		x	Estudio foto	Practica 1. estilismo creativo estudio
3ª	5ª Sesión	x			<b>2. Estilismo y comunicación visual. 2.1. Desfiles de moda.</b> 2.1.1. Origen de los desfiles y situación actual.
	6ª Sesión		x	Estudio foto	Practica 1. estilismo creativo estudio, selección fotos y retoque.
4ª	7ª Sesión		x		2.1.2. Estilismo para desfile: características, análisis y ejemplo real en OFF y MBMFW.
	8ª Sesión	x	x	Ej Role play	2.1.2.1. Herramientas y técnicas necesarias para el estilismo. Agencias y kit de estilismo. 2.1.3. Escenografía e iluminación en diferentes localizaciones.
5ª	9ª Sesión		x		2.1.4. Maquillaje, peluquería y música.
	10ª Sesión	x			<b>2.2. Dirección creativa en el mundo del estilismo. Fotógrafos de moda y estilistas. 2.3. Medios de comunicación.</b>
6ª	11ª Sesión	x			2.3.1. La editorial de moda: 2.3.1.1. Creación de tendencias y contenidos. Redes, influencers.
	12ª Sesión		x		2.3.1.2. Equipo, preparación, shopping y sesión de prueba. 2.3.1.3. Sesión de fotos o "shooting": en el "set". Cronología del trabajo.
7ª	13ª Sesión		x		2.3.1.4. Cierre, devoluciones y créditos.
	14ª Sesión		x		Tema 2. Practica 2. Shooting. Editorial de moda preparación
8ª	15ª Sesión		x	Estudio foto	Tema 2. Practica 2. Shooting. Editorial de moda looks en estudio preparación
	16ª Sesión		x		Tema 2. Practica 2. Shooting. Editorial de moda. Selección y retoque.
9ª	17ª Sesión		x	Estudio foto	Tema 2. Practica 2. Shooting. Editorial de moda.
	18ª Sesión	x	x		2.3.1.5. Parte escrita, creación contenidos redes y copywriting
10ª	19ª Sesión	x			2.3.2. Televisión, series, cine, publicidad, música (videoclips), mini-videos y fashion films
	20ª Sesión	x			<b>3. Estilismo y creación.</b> Creación de la imagen de Moda y su difusión a través del estilismo. 3.1. Idea de conjunto, básicos de colección y prendas estrella.
11ª	21ª Sesión		x		3.2. Potenciación del mensaje e imagen a través del estilismo. Lookbook e identidad de marca.
	22ª Sesión		x		3.3. Escaparatismo o visual merchandising.
12ª	23ª Sesión	x			4. El asesor de imagen en moda. 4.1. Tipologías corporales y ajustes visuales.
	24ª Sesión		x		4.2. El "personal shopper". Creación de un fondo de armario.
13ª	25ª Sesión		x		4.3. Cambio de imagen. Colorimetría y estudio psicológico I.
	26ª Sesión	x	x		Colorimetría y estudio psicológico II
14ª	27ª Sesión	x			4.4. Visajismo.
	28ª Sesión		x		Visita
15ª	29ª Sesión		x		4.4. Visajismo. Protocolo, dresscode y eventos
	30ª Sesión	x	x		Visita
16ª	31ª Sesión			Exposiciones	<b>Exposición trabajo editorial</b>
	32ª Sesión	x		Exposiciones	<b>Exposición trabajo asesoría</b>
17ª	33ª Sesión	x	x	Mesa redonda	<b>Exposición en grupo de revista y propuesta estilismo</b>
	34ª Sesión		x	Mesa redonda	<b>Exposición en grupo de revista y propuesta estilismo desfile</b>

18 <sup>a</sup>	35ª Sesión		x	visita	
	36ª Sesión			exámen	