Universidad Rey Juan Carlos

GUÍA DOCENTE

GESTION DE LA MARCA

GRADO EN DISEÑO Y GESTIÓN DE MODA

CURSO 2026-27

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:42 | Hash: 8474007aba2684db139d493dbd0325bd.

Fecha de publicación: 29-06-2026

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	2 curso, 2Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:42 | Hash: 8474007aba2684db139d493dbd0325bd.

II.-Presentación

Con un peso del 2,5% del PIB, un 4,0% en el empleo y un 8,0% en las exportaciones, la industria de la confección es muy importante para la economía de nuestro país. En este contexto, las marcas son activos de gran valor porque fortalecen la imagen del sector y proporcionan visibilidad fuera de nuestras fronteras. Las marcas son cada día más importantes en el sector de la moda y su estudio y comprensión es imprescindible para cualquier estudiante que quiera trabajar en la industria.

- En la asignatura se imparten los elementos clave para el análisis de identidad y la comunicación de una marca de moda de creación y de moda de lujo, principalmente italians y francesas.
- Las principales herramientas y estrategias relativas a la gestión de las marcas de moda de creación.
- Los principales modelos de identidad y estrategias de comunicación de la marca de moda de creación y de moda de lujo.

No se exigen para su estudio requisitos previos.

II.B-Presentación en inglés

null

III.-Resultados de Aprendizaje

CG01. Capacidad para analizar tendencias en el campo de la moda (razonamiento crítico).
CG02. Capacidad para desarrollar proyectos de diseño y/o de gestión en el campo de la moda (razonamiento estratégico).
CG04. Capacidad de uso y toma de decisiones sobre catálogos y bases de datos aplicadas a entornos del diseño de moda.
CE17. Capacidad para explicar y describir la reglamentación jurídica sobre la protección del diseño y utilización de productos de moda.
CE21. Capacidad para formular las estrategias de comunicación de un evento, un proyecto o diseño de moda
CE23. Conocer y aplicar al diseño y gestión de moda los procesos psicológicos y sociológicos en los que se basa el público objetivo para la toma de decisiones de compra.

- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.
- Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:42 | Hash: 8474007aba2684db139d493dbd0325bd.

IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

.

Bloque I

Introducción a la industria de la moda. Dos modelos de negocio.

Concepto de marca de moda de creación desde la perspectiva del cliente y de la comunicación. Importancia de la marca en el sector de la moda.

Cadena de valor. - La marca de moda de creación como elemento generador de valor en el sector.

Bloque II

Principios básicos de la marca de moda de creación.

Identidad de marca de moda.

Modelos de análisis de marcas de moda de creación y de moda de lujo.

Bloque III

Gestión de la marca de moda.

Protección jurídica de la marca de moda.

Arquitectura de marcas de moda. Principales grupos de marcas.

Las marcas de moda italianas y francesas.

Bloque IV

Comunicación desde la marca de moda.

Plan de Comunicación de la marca de moda.

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Prácticas	Realización de un análisis de identidad de una marca de moda de creación
Prácticas	Análisis de las marcas Gucci y Chanel
Resolución de ejercicios, problemas, casos	Comparación de identidades de marcas afines a través del Pentágono de Identidad
Asistencia a clases teóricas	Grupos de marcas y arquitectura de marcas de moda de creación y de lujo
Trabajos colectivos	Análisis de identidad de una marca de moda de creación
Asistencia a clases teóricas	Tipologías de marca de moda de creación y ejemplos
Otras actividades	Aplicación de las distintas variables para el análisis de identidad de una marca de moda de creación.
Realización de pruebas	Presentación de un análisis de identidad de una marca de moda de creación seleccionada.
Asistencia a clases teóricas	Reflexión sobre la visión, misión y valores de una marca de moda de creación.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:42 | Hash: 8474007aba2684db139d493dbd0325bd.

Realización de pruebas	Realización de un TEST sobre los contenidos de la asignatura

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:42 | Hash: 8474007aba2684db139d493dbd0325bd.

V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	40
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	12
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	8
Tutorías académicas	40
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	8
Preparación de clases teóricas	30
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	20
Preparación de pruebas	22
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 6 a Semana 10	Identidad de marcas de moda de creación, líneas temporales y trazados estilísticos.
Clases Teóricas	Semana 10 a Semana 12	Comunicación de marcas de moda de creación
Prácticas	Semana 12 a Semana 13	Desarrollo de ejercicios prácticos individuales y colectivos. De manera presencial o presencial remoto.
Trabajos colectivos	Semana 14 a Semana 16	Análisis de una marca de moda de creación y presentación. Entrega en el Aula Virtual.
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 4	Modelos de negocio en el ecosistema de la moda. Características de las marcas de moda de creación y de moda de lujo.
Tutorías académicas	Semana 4 a Semana 5	Turorías individuales y/o colectivas. De manera presencial en clase.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:42 | Hash: 8474007aba2684db139d493dbd0325bd.

VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:42 | Hash: 8474007aba2684db139d493dbd0325bd.

DESCRIPCIÓN DE LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN:
Se aplicará el sistema de evaluación continua, valorando de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante a través de los siguientes procedimientos de evaluación:

1. Un examen o trabajo individual de todos los contenidos del temario que podrá consistir en una prueba escrita o tipo test, computará un 60% de la nota y se calificará de 0 a 10 según legislación vigente, siendo la nota mínima para superar la asignatura un 5/10 (la prueba individual escrita será reevaluable de manera presencial). La prueba individual será tipo TEST y tendrá varias posibles respuestas de las que solamente una será la correcta.
2. El alumno deberá realizar los trabajos prácticos que indique el profesor, en grupo, acerca de uno o varios de los temas y cuestiones relativas al Programa de la Asignatura que contarán un 40% sobre el porcentaje final de la asignatura en la evaluación ordinaria. (Los trabajos prácticos no serán reevaluables). Entrega se realizará en el Aula Virtual. Los trabajos en grupo versarán sobre el análisis de una marca de moda de creación en un documento escrito (20%) y la presentación de la marca analizada en Power Point (20%). Ambos trabajos serán calificados de 0 a 10 según legislación vigente, siendo la nota mínima para superar cada trabajo de un 5/10.
3. Los trabajos serán tutorizados en las clases y presentados de manera presencial los últimos días del periodo lectivo, por lo que no se podrán reevaluar en caso de que un estudiante no haya asistido a las clases o no haya presentado.

En función del número de alumnos, se determinará el tamaño (número de alumnos) de los grupos (cuyo máximo se indicará por el profesor mediante el aula virtual y correo electrónico).
Los trabajos entregados fuera del plazo establecido se considerarán no presentados.
Sin perjuicio de las normas de estilo que se comuniquen a través del aula docente y por correo electrónico, los trabajos se ajustarán a las siguientes normas formales:
•Los trabajos deberán contar con una portada, con los nombres y apellidos de los estudiantes. (Imprescindible) •Los trabajos se deberán entregar en formato PDF.
•Se realizará un índice numerado, en formato tabla y con las páginas numeradas, si el profesor lo solicita.
•Los trabajos se ajustarán a la extensión mínima y máxima según las pautas dadas por el profesor.
- La utilización de ChatGPT, u otros programas de IA, deben limitarse a la búsqueda de datos, pero no como herramientas de escritura.
•Se revisará la ortografía, uso de cursiva en anglicismos, mayúsculas y minúsculas y demás cuestiones formales.
•El texto se remitirá en formato justificado (Tamaño de letra 12) y se cuidará que el interlineado sea el mismo en todas, aconsejable 1,5.
•Las citas deberán ir "entrecomilladas" introducidas mediante nota al pie de página expresando la cita completa de donde se ha sacado.
•Los datos numéricos, porcentuales y similares se justificarán, al igual que las fechas se expresarán con día, mes y año. •Las fotos que se utilicen deberán ir centradas y se citará la fuente/autor/ fotógrafo/modelo/vestido/ diseñador, etc.
ORTOGRAFÍA Y PRESENTACIÓN DE LOS TRABAJOS
En la calificación de las actividades, trabajos y exámenes del Grado serán evaluados no solo los contenidos, sino también todos los aspectos que contribuyen a una correcta expresión escrita. Lo que incluye la presentación formal, la estructura y organización de las ideas y contenidos, la correcta ortografía, la puntuación, etc. En definitiva, se evaluará que la expresión sea la correspondiente a un nivel universitario.
Con respecto a la redacción y presentación se tendrán en cuenta los siguientes criterios: en cada prueba se restarán 0,5 puntos por cada falta de ortografía y se podrá bajar hasta 3 puntos en función de la presentación.
DISCIPLINA:
El primer día de clase se informará al alumno de las normas sobre la puntualidad, disciplina y la entrada y la salida del aula que los alumnos deberán respetar en todo momento.
PLAGIO:
Las actividades y trabajos universitarios deberán ser originales.
Cuando se empleen fragmentos ajenos deberán estar adecuadamente citados.
El plagio total o parcial del trabajo hará que el mismo se considere como no presentado.
CONVOCATORIA ORDINARIA:
Baremos de evaluación en convocatoria ordinaria: 40%: trabajos prácticos (no reevaluables)
60%: prueba o trabajo escrito (reevaluable)
CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:
Los alumnos que no consigan superar la evaluación ordinaria, serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía, únicamente de aquellas actividades reevaluables. La

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:42 | Hash: 8474007aba2684db139d493dbd0325bd.

convocatoria extraordinaria consistirá en un examen que podrá consistir en una prueba/s escrita/s o tipo test, igual a la realizada en la evaluación ordinaria. Computará un 60% de la nota ya que los trabajos en grupo no son reevaluables y deben superarse durante el curso académico. Se calificará de 0 a 10 según legislación vigente siendo la nota mínima para aprobar un 5/10. La calificación final de la asignatura será el 60% de la prueba escrita y el 40% de los trabajos realizados y presentados en grupo en presencia del profesor, cuya nota se guardará.

VII.B.-Evaluación de estudiantes con dispensa académica de asistencia a clase

Para que un alumno pueda optar a esta evaluación, tendrá que obtener la 'Dispensa Académica de asistencia a clase' para la asignatura, que habrá solicitado al Decano/a o Director/a del Centro que imparte su titulación. La Dispensa Académica se podrá conceder siempre y cuando las peculiaridades propias de la asignatura lo permitan. Una vez que se haya notificado la concesión de la Dispensa Académica, el docente deberá informar al estudiante a través del Aula Virtual acerca del plan de evaluación establecido en cada caso.
Asignatura con posibilidad de dispensa: NO

VII.C.-Revisión de las pruebas de evaluación

Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.-Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

Las adaptaciones curriculares para estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales, a fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en virtud de la Normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.
Será requisito para ello la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con ella, a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

VII.E.-Conducta Académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad (https://www.urjc.es/codigoetico). Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa sobre conducta académica de la Universidad Rey Juan Carlos (https://urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Normativa_conducta_academica_URJC.pdf) y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.
Asignatura con posibilidad de dispensa: No

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:42 | Hash: 8474007aba2684db139d493dbd0325bd.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.
Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:42 | Hash: 8474007aba2684db139d493dbd0325bd.

VIII.-Recursos y materiales didácticos
Bibliografía básica
Consulta asidua de WEBS: https://www.arroyopentagon.com https://www.modaes.es/ https://m2m.tv/ https://www.manrepeller.com/ https://www.wonderlandmagazine.com/
- Arroyo, R. P. (2026). El pentágono de identidad. Cómo analizar, construir y narrar marcas de moda y de lujo. Madrid: ESIC Editorial. - J. N. Kapferer(1992, 2013). The New Strategic Brand Management. Londres: Kogan Page.
Bibliografía complementaria
- Michel Chevalier, Gérald Mazzalovo (2012). Luxury Brand Management. Wiley. Singapore.

IX.-Profesorado	
Nombre y apellidos	RAFAEL PABLO PÉREZ ARROYO
Correo electrónico	rafael.perez@urjc.es
Departamento	Artes y Humanidades
Campus de impartición	Aranjuez
Categoría	Profesor/a Contratado/a Doctor/a
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de tutorías	Para consultar las tutorias póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	3
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	2

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:42 | Hash: 8474007aba2684db139d493dbd0325bd.