Universidad Rey Juan Carlos

GUÍA DOCENTE

PRESENTACION DE PROYECTOS

GRADO EN DISEÑO Y GESTIÓN DE MODA

CURSO 2026-27

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:33 | Hash: a2e32cf067fb0d26cda8410304e12588.

Fecha de publicación: 07-07-2026

I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	3 curso, 1Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación

Los proyectos en la industria de la moda, no solo deben ejecutarse, también deben presentarse.
Una vez acabados, los proyectos tienen que estar preparados para captar la atención del público objetivo.
Para que esto suceda, el alumno deberá cuidar cada aspecto de la presentación.
El alumno aprenderá a conocer, comprender y detectar las tendencias generales del sector en cuanto a presentación de proyectos de moda.
También a diseñar y generar los diferentes tipos de documentos gráficos y audiovisuales para la presentación del producto en diferentes medios y canales (editoriales, digitales, etc.): Fashion Film, lookbook, catálogos impresos o digitales, etc.
Y por último, conocerá y manejará las herramientas, tecnologías y técnicas necesarias para la elaboración de los diferentes tipos de documentos y elementos descriptivos y comunicativos para la presentación de proyectos de moda.

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.
CE09. Capacidad para idear, producir y evaluar proyectos fotográficos y audiovisuales de moda.
CE10. Capacidad para analizar los fenómenos artísticos contemporáneos y movimientos sociales y relacionarlos con la moda.
CE16. Capacidad para entender y aplicar las estrategias de venta y los distintos recursos encaminados a la venta de moda.
CE21. Capacidad para formular las estrategias de comunicación de un evento, un proyecto o diseño de moda

- 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 02:33 | Hash: a2e32cf067fb0d26cda8410304e12588.

IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

BLOQUE I:
El Concepto
Conocer, comprender y detectar las tendencias generales del sector en cuanto a presentación de proyectos de moda a diferentes grupos de decisores.

BLOQUE II:
El Instrumento
Diseñar y generar los diferentes tipos de documentos gráficos y audiovisuales para la presentación del producto en diferentes medios y canales (editoriales, digitales, etc.): Fashion film, lookbook, catálogos impresos o digitales.

BLOQUE III:
La Narrativa
Conocer y manejar las herramientas, tecnologías y técnicas necesarias para la elaboración de los diferentes tipos de documentos y elementos descriptivos y comunicativos para la presentación de proyectos de moda.

BLOQUE IV:
Puesta en práctica del proyecto individual del alumno.
Puesta en práctica del proyecto grupal

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Realización de pruebas	4.0
Asistencia a clases teóricas	28.0
Trabajos individuales	50.0
Resolución de ejercicios, problemas, casos	22.0
Tutorías académicas	18.0
Presentaciones orales	8.0
Lecturas	22.0
Laboratorios experimentales y/o tecnológicos	28.0

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:33 | Hash: a2e32cf067fb0d26cda8410304e12588.

V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)	
Clases teóricas	28
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	28
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	4
Tutorías académicas	18
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	0
Preparación de clases teóricas	50
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	30
Preparación de pruebas	22
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Prácticas	Semana 1 a Semana 14	Elaboración en el taller de trabajos a partir del aprendizaje teórico.
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 14	Consulta de dudas.
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 13	Clases magistrales para poder aplicar los conceptos a trabajos prácticos.

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:33 | Hash: a2e32cf067fb0d26cda8410304e12588.

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 02:33 | Hash: a2e32cf067fb0d26cda8410304e12588.

Id	Denominación	% Final	Reevaluable	Nota mínima para recuperar	Observaciones
SE2	Valoración de trabajos / proyectos individuales o colectivos	60%	Sí	5,0	Entrega individual. Se valora la coherencia conceptual, creatividad y presentación formal.
SE3	Presentación de trabajos / proyectos presencial (individuales o colectivos)	10%	**No**	—	Presentación oral grupal del caso práctico. Se valora la claridad del discurso, la estructura de la exposición, la puesta en escena, la cohesión del grupo y la defensa oral del trabajo.
SE4	Resolución de problemas y casos prácticos	30%	**No**	—	Trabajo grupal práctico. Se valora la colaboración, el resultado conjunto, la aplicación práctica de los contenidos y la resolución proyectual.

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: Sí

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

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:33 | Hash: a2e32cf067fb0d26cda8410304e12588.

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

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 02:33 | Hash: a2e32cf067fb0d26cda8410304e12588.

VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Bibliografía

Granger, M. M. (2010). *Promotion and Publishing*. London: Fairchild Publications.
Hess, J. (2010). *Diseño Gráfico para moda*. Acanto.
McAssey, J., & Buckley, C. (2011). *Fashion in motion*. London: Fairchild Publications.
McCloud, K. (2007). *Choosing colours*. London: Alhambra House.
Mootee, I., & Portela, J. (2014). *Design Thinking para la innovación estratégica*. Empresa Activa.
Openshaw, J. (2015). *Postdigital Artisans: Craftsmanship with a New Aesthetic in Fashion, Art, Design and Architecture*. Frame Publishers.
Revista Emprendedores. (2017). *El libro de los emprendedores: Todo lo que necesitas saber para transformar tu idea en negocio y hacer crecer tu propia empresa*. Deusto.
Selby, T. (2014). *Fashionable Selby*. Penguin.
Vogue. (2012). The editor's eye. New York: Abrams.
Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Ediciones Deusto.
Hatje Cantz Verlag. (2015). *The Belgians: An Unexpected Fashion Story*. Hatje Cantz Verlag.
Fashionary International Limited. (2018). *The Fashion Business Manual: An Illustrated Guide to Building a Fashion Brand*. Fashionary International Limited.
Kapferer, J.-N., & Bastien, V. (2012). *The luxury strategy: Break the rules of marketing to build luxury brands* (2nd ed.). Kogan Page.
Okonkwo, U. (2007). *Luxury fashion branding: Trends, tactics, techniques*. Palgrave Macmillan.
Tungate, M. (2009). *Luxury world: The past, present and future of luxury brands*. Kogan Page.
Berry, C. J. (1994). *The idea of luxury: A conceptual and historical investigation*. Cambridge University Press.
McNeil, P., & Riello, G. (2016). *Luxury: A rich history*. Oxford University Press.
Chadha, R., & Husband, P. (2007). The cult of the luxury brand: Inside Asia's love affair with luxury. Nicholas Brealey.
Agins, T. (1999). *The end of fashion: How marketing changed the clothing business forever*. HarperBusiness.
Lipovetsky, G., & Roux, E. (2003). Le luxe éternel: De l'âge du sacré au temps des marques. Gallimard.
Sicard, M.-C. (2013). *Luxury, lies and marketing: Shattering the illusions of the luxury brand*. Palgrave Macmillan.
Okonkwo, U. (2010). *Luxury online: Styles, systems, strategies*. Palgrave Macmillan.
Tungate, M. (2012). *Fashion brands: Branding style from Armani to Zara* (3rd ed.). Kogan Page.
Danziger, P. N. (2005). Let them eat cake: Marketing luxury to the masses—as well as the classes. Dearborn Trade.
Kapferer, J.-N. (2015). *Kapferer on luxury: How luxury brands can grow yet remain rare*. Kogan Page.
Jackson, T., & Shaw, D. (2009). *Mastering fashion marketing*. Palgrave Macmillan.
Hoffmann, J., & Coste-Manière, I. (Eds.). (2012). *Luxury strategy in action*. Palgrave Macmillan.
Ko, E., Costello, J. P., & Taylor, C. R. (2019). What is a luxury brand? A new definition and review of the literature. *Journal of Business Research, 99*, 405–413.

Bibliografía complementaria

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

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:33 | Hash: a2e32cf067fb0d26cda8410304e12588.

Responsable de asignatura	No
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
Nombre y apellidos	VERÓNICA GARCÍA BOLÓS
Correo electrónico	veronica.gbolos@urjc.es
Departamento	Artes y Humanidades
Campus de impartición	Aranjuez
Categoría	Profesor/a Asociado/a
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	0
Nº de Sexenios	0
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docentia	0

Q2803011B UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Fecha firma: 08/11/2026 02:33 | Hash: a2e32cf067fb0d26cda8410304e12588.