Universidad de Navarra

Pensar la moda

Guía docente 2023-24

PRESENTACIÓN

- **Breve descripción de la asignatura:** La asignatura tiene como objetivo el análisis, comprensión y discusión de textos clásicos o artículos de actualidad relacionados con los conceptos fundamentales del ámbito de la teoría de la moda.
- **Carácter**: Optativa.
- **Titulación**:
  - Grado Marketing: Módulo 7: Formación Complementaria. Materia: Mención Moda.
  - Grado Periodismo: Módulo Optativas. Materia: Optativas.
- **ECTS**: 3
- **Curso y semestre**: 3º y 4º. Primer semestre.
- **Idioma**: Español.
- **Profesor responsable de la asignatura**: Marta Torregrosa
- **Profesor**: Marta Torregrosa (mtorreg@unav.es). Profesora Contratada Doctora.
- **Horario**: Martes de 12:00 a 13:30. Aula 10. Edificio Comunicación.
- Web: https://unav.blackboard.com/webapps/blackboard/execute/content/blankPage?cmd=view&content_id=_1345513_1&course_id=_25007_1&mode=reset

COMPETENCIAS

Competencias del Grado de Marketing

CG1 Comprender y evaluar de manera crítica los elementos configuradores del ser humano y de la sociedad actual en sus múltimples dimensiones antropológica, histórica, cultural, social y econonómica que influyen en el contexto empresarial y de marketing.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio)

para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

CT1 Comprender que es propio del espíritu universitario afrontar de manera crítica y reflexiva el estudio de la propia disciplina en conexión con el resto de saberes.

Competencias del Grado de Periodismo

CEO3 Conocer los elementos específicos de diversas áreas de interés profesional.

CEO7 Identificar las principales manifestaciones culturales, literarias y artísticas más relevantes de la cultura occidental, desde sus orígenes hasta el mundo contemporáneo.

CG7 Comprender, analizar y evaluar de manera crítica los elementos configuradores del ser humano y de la sociedad actual en sus múltiples dimensiones antropológica, histórica, cultural y social.

PROGRAMA

1. El pensamiento crítico en la moda: herramientas para tener una opinión fundada.

2. Los efectos de la moda: identidad, asimilación y distinción.

3. Mercado, emociones y consumo.

4. El cuerpo y el vestido.

5. El interés por la novedad como dinamizador de la moda.

6. El origen de la comunicación de moda. El papel de los medios hoy.

7. Apropiación cultural en la moda.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

26 horas presenciales:

13 horas dedicadas al comentario de textos.

13 horas dedicadas a la explicación de los contenidos de la asignatura.

49 horas de trabajo del alumno:

30 horas dedicadas a la lectura y preparación de los comentarios de texto, y los ejercicios en ADI.

10 horas dedicadas a la preparación de la presentación del informe del sector.

9 horas dedicadas al ensayo final.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La asistencia a clase es obligatoria.

La nota final de esta asignatura es la suma de:

Hasta 0'5 puntos por cada uno de las reflexiones entregados en ADI. (4 puntos en total)

Hasta 1 punto por la presentación del informe asignado. (1 punto en total)

Hasta 1 punto por el ensayo final. (1 punto en total).

Hasta 1 punto por la defensa del ensayo final. (1 punto en total).

Participación activa en clase en cada uno de los comentarios de texto. (2 puntos en total)

Prueba de contenido (examen final). 1 punto.

Para aprobar la asignatura es imprescindible aprobar el ensayo final y su defensa, así como la prueba de contenido o examen final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

2ª convocatoria:

En la segunda convocatoria se entregará 1 ensayo por cada uno de los textos comentados en clase (1 punto cada ensayo), un presentación en PPT de un informe del sector (1 punto). Además el alumno deberá realizar un resumen, una valoración crítica y una defensa oral de dos textos nuevos que le indicará el profesor (2 puntos por cada resumen, defensa y valoración crítica).

Convocatorias superiores:

Se evaluará según las actividades formativas previstas en el curso.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Marta Torregrosa. Concertar cita a través de correo electrónico: mtorreg@unav.es

- Lugar: Despacho 2540. Edificio Biblioteca.

BIBLIOGRAFÍA

Los textos para comentar en clase estarán disponibles en ADI. Aquí se indica la referencia completa de los recursos más importantes.

G. Simmel, "Filosofía de la moda", *Filosofía de la coquetería y otros ensayos*, Revista de Occidente, Madrid, 1945. Localízalo en la Biblioteca

C. Campbell, "El deseo de lo nuevo" en A. M. González y A. N. García Martínez (eds.), *Distinción social y moda*, Eunsa, Pamplona, 2007. [Disponible la versión electrónica en la Biblioteca de la Universidad de Navarra]. Localízalo en la Biblioteca

J. Dejean, *La esencia del estilo*, San Sebastián, Nerea, 2008. Localízalo en la Biblioteca

T. Bastardes y S. Ventosa, *El cuerpo vestido*, Museo del Diseño de Barcelona, Barcelona, 2017. Localízalo en la Biblioteca

A. García Martínez, "La relación de mercado y las emociones en el consumo" en Flamarique, L. y Oliveira-Martins, M. (Eds.), *Emociones y estilo de vida: Radiografía de nuestro tiempo*. [Disponible la versión electrónica en la Biblioteca de la Universidad de Navarra]. Localízalo en la Biblioteca