Universidad de Navarra

Pensar la moda

Guía docente 2026-27

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 VII: Formación Complementaria. Materia: Mención Moda.
  - Grado Periodismo: Módulo V. Formación Complementaria.
  - Grado Comunicación Audiovisual: Módulo VI. Formación Complementaria.
- **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 Titular.
- **Horario**: Martes de 12:00 a 13:30. Aula 9. Edificio Comunicación.
- Web: https://unav.blackboard.com/webapps/blackboard/execute/content/blankPage?cmd=view&content_id=_1345513_1&course_id=_25007_1&mode=reset

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (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.

Resultados de aprendizaje del Grado de Periodismo

1.CONOCIMIENTOS

RAO1 Conocer los elementos específicos de diversas áreas de interés profesional.

RAO2 Identificar las principales manifestaciones culturales, literarias y artísticas más relevantes de la cultura occidental, desde sus orígenes hasta el mundo contemporáneo.

2.CAPACIDADES

RA24 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.

Resultados de aprendizaje del Grado de Comunicación Audiovisual

1.CONOCIMIENTOS

RA1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

RAO2 Identificar las principales manifestaciones culturales, literarias y artísticas más relevantes de la cultura occidental, desde sus orígenes hasta el mundo contemporáneo.

RAO3 Saber reconocer los movimientos estéticos y culturales de la historia del cine, del arte, de la imagen y de la fotografía.

RAO4 Conocer las nociones básicas sobre composición de la imagen y las reglas de la gramática audiovisual.

2.HABILIDADES

RAO6 Aplicar el pensamiento creativo y habilidades prácticas en el desarrollo de proyectos de diseño.

3.CAPACIDADES

RA21 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. El cuerpo y el vestido.

4. Mercado, emociones y consumo.

5. El origen de la comunicación de moda. El papel de los medios especializados hoy.

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

7. Apropiación cultural en la moda.

8. "Artificación" en el sector de la moda.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

26 horas presenciales:

11 horas dedicadas al comentario de textos.

11 horas dedicadas a exposición de contenidos.

2 horas examen

2 horas tutoría

49 horas de trabajo del alumno:

30 horas dedicadas a la lectura y preparación de los comentarios de texto, y las prácticas.

19 horas de estudio personal.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La asistencia a clase es obligatoria.

La nota final de esta asignatura es la suma de:

Exposición de prácticas en clase. (3 puntos en total).

Participación activa en clase en cada uno de los comentarios de texto. (1 punto en total). La mera asistencia a clase no garantiza ninguna nota. Una participación activa y continuada supone responder a las preguntas que el profesor sugiere a lo largo de la sesión; formar parte del debate que se genera; aportar tu conocimiento del texto; aportar tu opinión cuando la pregunta es sobre un asunto que trasciende el texto; hacer preguntas que favorezcan una mejor comprensión del tema que estamos tratando; aportar matices a las intervenciones de tus compañeros. En definitiva, formar parte activa de la conversación intelectual que surge a propósito del texto.

Examen final. (6 puntos en total). Es imprescindible aprobar el examen para aprobar la asignatura. El examen tiene dos partes: preguntas cortas sobre los textos comentados en clase + comentario crítico de un texto.

NO ESTÁ PERMITIDO EL USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES (ORDENADORES, TABLETS, SMARTPHONES, ETC.) DURANTE LAS CLASES.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

2ª convocatoria:

Recuperación de la parte práctica (3 puntos en total). Esta parte se realizará con la exposición oral del trabajo asignado y la repetición de las prácticas realizadas durante el semestre.

Examen final (7 puntos en total). Es imprescindible aprobar el examen para aprobar la asignatura.

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

Universidad de Navarra

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

Fashion History Timeline,https://fashionhistory.fitnyc.edu/how-to-research-fashion/