



Proyecto de Colección

Grado en Diseño de Moda
2025-26



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Proyecto de Colección

Titulación: Grado en Diseño de Moda

Curso Académico: 2025-26

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: D. Antonio Sicilia Rodríguez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- 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.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- 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.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Conocer, comprender y aplicar los fundamentos teóricos y metodológicos del proceso creativo en el ámbito del diseño de moda.
- Ser capaz de comunicar el concepto y función de un proyecto en el ámbito del diseño de moda.
- Valorar y usar los materiales para producir un diseño de moda y conseguir su correcta expresión y representación técnica.
- Conocer la figura humana para la representación de piezas adaptables a los volúmenes del cuerpo en el ámbito del diseño de moda.
- Saber aplicar las tecnologías de la información y la comunicación al ámbito de la moda.
- Conocer y comprender la teoría básica del color para crear gamas cromáticas y aplicar estos conocimientos en el diseño de moda.
- Conocer y comprender los conceptos relativos a la vestimenta en las diferentes culturas, épocas y contexto histórico.
- Promover, desarrollar y evaluar a través del diseño de moda hábitos de consumo sostenible entre los diferentes sectores de la población.
- Desarrollar competencias para el aprendizaje autónomo y la adaptación a las nuevas situaciones de la práctica profesional en el ámbito del diseño de moda.

- Desarrollar el razonamiento crítico y hábitos de excelencia y calidad en el ejercicio profesional en el ámbito del diseño de moda, actuando con respeto a los principios éticos necesarios.
- Conocer los Fundamentos del Diseño como herramienta experimental de creación de contenidos visuales y conceptuales en el ámbito del Diseño de Moda.
- Aplicar la metodología del Diseño de Moda para elaborar prototipos, prendas y complementos, teniendo en cuenta las dimensiones y las necesidades funcionales del cuerpo humano, sus actividades, sus movimientos y necesidades de vestimenta.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Obtener los conocimientos principales del proceso básico de Diseño.
- Asociar las realizaciones de los procesos formativos del Diseño.
- Aplicar con criterio los métodos de análisis y técnicas descritos en la materia.
- Aprender por sí mismo otros conocimientos relacionados con la materia a través de la investigación.
- Saber traducir un diseño a un dibujo que proporcionalmente pueda realizarse e industrializarse.
- Asociar la metodología de trabajo al proceso de Diseño.
- Proyectar y llegar a la finalización del diseño a través del análisis y la investigación.
- Conseguir que el alumno proyecte y realice su proyecto de diseño.
- Alcanzar su personalidad en el proceso de Diseño.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

- Introducción a la ideación de una colección de moda.
- Estudio y análisis del público objetivo, sector de la población, nicho al que va dirigido.
- Concepto del proyecto de Moda, investigación, justificación, estética e ideación de presentación.
- Funcionalidad y profundidad de colección. Fases de realización, ficha técnica e imagen.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

La asignatura tiene el propósito de dotar al estudiante de una base de conocimientos acerca de la planificación y desarrollo de una colección de moda. A partir de un enfoque teórico-práctico, que se apoya en el aprendizaje basado en proyectos y en la práctica reflexiva, se plantea proporcionar al alumno una experiencia integrada de las etapas del proceso de diseño. Para ello, se efectuará el estudio de fundamentos y métodos que faciliten la investigación de contextos socioculturales, el análisis de estilos de vida, la definición de objetivos proyectuales, la síntesis de conceptos expresivos y la materialización de ideas en productos.

Unidad 1. Introducción general

- 1.1 Presentación del profesor, la asignatura y la metodología de trabajo.
- 1.2 Presentación de alumnos: puesta en común de intereses y expectativas.

Unidad 2. Conceptos esenciales

- 2.1 Fundamentación y estudio teórico/práctico de proyectos de diseño para diferentes marcas de moda.
- 2.3 El proceso proyectual como investigación y experimentación para una marca de moda. Aspectos técnicos, funcionales y comunicativos.
- 2.3 ¿Qué es una colección de moda?
- 2.4 Sistemas de producto: unidad, conjunto y serie
- 2.5 Etapas proyectuales

Unidad 3. Desarrollo del proceso proyectual de una colección de moda.

- 3.1 El proyecto de diseño como proceso de investigación aplicada
- 3.2 Desarrollo creativo a través de lo tangible e intangible. Aplicación de técnicas de nuevas técnicas de creatividad y búsqueda del concepto.
- 3.3 Target: público objetivo, aspectos demográficos y psicográficos.
- 3.4 Entorno: diseño y contexto.
- 3.5 Tendencias: Conceptboard y moodboard.
- 3.6 Carta pantone. El color como recurso, nomenclatura y vibraciones.
- 3.7 Carta de tejido. El tejido como recurso, especificaciones comerciales y composición.

Unidad 4. Investigación creativa: ideación y selección

4. 1 Creatividad aplicada: estrategias para la ideación.
 - Representaciones sintéticas (bocetos, collage, texturas, formas, cortes, volúmenes, etc.)
 - Prototipado rápido (manipulación experimental de la forma sobre el cuerpo)
- 4.2 Selección de ideas: ¿Cómo elegir la idea adecuada?
- 4.3 Herramientas de estimulación y evaluación de ideas.

Unidad 5. De lo general a lo concreto.

5.1 Consolidación

- Siluetas.
- Tipología de prenda.
- "Ritmo cardíaco" en una colección de moda.

Unidad 6. Desarrollo técnico.

- Diseño plano.
- Fichas técnicas de una prenda de moda.

Unidad 7. Las tres dimensiones.

- Organización de un estudio de diseño.
- El taller.
- Materialización del diseño a realizar.

Unidad 8. Comunicación

- Lookbook
- Editorial de moda.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1) - Investigación (20%)

Los alumnos se acercarán en este primer momento a la búsqueda de conceptos que resultarán reales en procesos posteriores.

A través de recursos tangibles e intangibles, exploraremos los resultados de nuevas técnicas creativas, reforzando la búsqueda personal y en grupo de caminos menos tradicionales que nos alejan de prácticas habituales en la búsqueda de información. Redes, páginas especializadas en diseño de moda o la información visual que normalmente nos inunda, quedarán desplazados en un primer momento para propiciar ideaciones singulares y novedosas.

Herramientas principales: *Técnicas de creatividad y desarrollo de ideas. Conceptboard, moodboard y justificación teórico-estética.*

Actividad Dirigida 2 (AD2) –Desarrollo (20%)

A partir de (AD1), el alumnado traducirá lo abstracto y plural, en ideas reales con potencial a desarrollar. En este proceso deberemos asentar bases teóricas y justificación que argumente de un modo narrativo y estético, aportando pilares y conocimiento de la colección.

Para ello, nos apoyaremos en textos, paneles y mapas que definan parámetros como carta Pantone, croquis de colección, tipología de prenda, arquetipos/estereotipos en el diseño de moda, etc.

Herramientas principales: *Target, croquis de colección, carta Pantone, panel de materiales.*

Actividad Dirigida 3 (AD3) – Realización (60%)

Tras la investigación, el estudio previo y considerando el arco de público receptor a través del estudio de target, además de, las diferentes tipologías de prendas que serán idóneas y el ritmo cardíaco que presenta la colección, esta fase concretará las ideas en primeros bocetos con especificaciones técnicas de construcción, tejidos, cortes y siluetas, que desencadenarán en figurines de moda mucho más precisos y expresivos como lenguaje indispensable para el creativo de moda, así como la entrada en el lenguaje libre que nos aporta la ilustración de moda.

Las tres dimensiones, vendrán de la mano de diferentes técnicas de patronaje: mesa, moulage, digital, etc. Así como de la construcción de los distintos looks a través del tratamiento de tejidos, acabados o técnicas de confección.

Cada ideación y realización se ejecutará en su solución técnica, realizando los estudios técnicos oportunos, así como el mapa general de colección.

Herramientas principales: *Técnicas de patronaje y confección, expresión digital, el dibujo en moda. Diseño plano y lenguaje técnico en diseño de moda.*

2.5. Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases Magistrales	28,6	100%
AF2	Caso práctico	32,1	100%
AF3	Tutorías	10,7	100%
AF4	Trabajos individuales o en grupo de los estudiantes	18,6	50%

AF5	Actividades a través de recursos virtuales	6,4	0%
AF7	Estudio individual y trabajo autónomo	53,6	0%

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)

5,0 - 6,9 Aprobado (AP)

7,0 - 8,9 Notable (NT)

9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo) / Actividades académicas dirigidas	25%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	15%
Examen final o trabajo final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo) / Actividades académicas dirigidas	30%
Examen final o trabajo final presencial	70%

Será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida en ambas convocatorias.

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en

fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre antes del examen de la convocatoria correspondiente (ordinaria/extraordinaria).

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Squicciarino, Nicola. (2012). El vestido habla, consideraciones psicosociológicas. Catedra.

Eco, Umberto. (2007). Historia de la fealdad. Lumen

Eco, Umberto. (2010). Historia de la fealdad. Debolsillo.

Erner, Guillaume. (2010). Sociología de las tendencias. Barcelona: Gustavo Gili.

Jones, Sue Jenkyns. (2013). Diseño de Moda. Barcelona: Blume.

Mbonu, Ezinima (2014). Diseño de Moda: creatividad e investigación. Barcelona: Promopress.

Saltzman, Andrea. (2019). La metáfora de la piel: sobre el diseño de la vestimenta. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Seivewright, Simon (2013). Diseño e investigación. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Bibliografía recomendada

Bürdek, Bernhard E. (2019). Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño de producto. Madrid, España: Experimenta.

Diaz Soloaga, Paloma. (2014). Comunicación y gestión de marcas de moda. Barcelona: Gustavo Gili.

Dillón, Susan. (2012). Principios de gestión de empresas de moda. Barcelona: Gustavo Gili.

Dorst, Kees. (2018). Innovación y metodología. Nuevas formas de pensar y diseñar. Madrid: Experimenta.

Manzini, Ezio. (2015). Cuando todos diseñan: una introducción al diseño para la innovación social. Madrid: Experimenta.

Press, Mike, y Cooper, Rachel. (2009) El diseño como experiencia: el papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI. Barcelona: Gustavo Gili.

Otros recursos

<https://www.wgsn.com/es>

<https://www.showstudio.com/>

<https://www.vogue.com/>

<https://www.vogue.com/fashion-shows>

https://www.youtube.com/@FFChannel_Official

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. Antonio Sicilia Rodríguez
Departamento	Arte
Titulación académica	Graduado en Diseño, especialidad Diseño de moda.
Correo electrónico	asicilia@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Horario de tutoría Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	-Director Creativo en Antonio Sicilia. -MBFWM AW 15/16, Antonio Sicilia. Colección <i>DUELO</i>. -MBFWM AW 16/17, Antonio Sicilia. Colección <i>VÉRTIGO</i>. -MBFWM AW 18/19, Antonio Sicilia. Colección <i>STENDHAL</i>. -Asistente para Davidelfin (Colecciones S/S y A/W, MBFWM). 2010-2015. -Promotor y venta, Davidelfin, Madrid. 2010-2015. -Diseñador Springfield, Grupo Cortefiel, Madrid. 2013-2014 -Profesor Grado en Diseño, especialidad Diseño de Moda. Escuela Superior de Diseño. 2018-2025 -Profesor Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Estilismo de Indumentaria, centro Arte 10, Madrid. -Profesor Grado en Diseño de Moda. Universidad Antonio de Nebrija. 2022-2025