

Advanced Master

Design de Moda Integral





Advanced Master Design de Moda Integral

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 años
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtute.com/br/design/advanced-master/advanced-master-design-moda-integral

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 16

04

Direção do curso

pág. 20

05

Estrutura e conteúdo

pág. 26

06

Metodologia

pág. 50

07

Certificado

pág. 58

01

Apresentação

Os novos hábitos sociais tornaram a moda um dos elementos culturais mais importantes do mundo da atualidade. Assim, a estética visual faz parte da identidade dos indivíduos e isto se reflete a nível comercial, já que o design destes produtos está se tornando cada vez mais importante para todos os tipos de empresas. Por esta razão, as grandes marcas estão à procura de designers que possam lhes trazer novas perspectivas com as quais surpreender e se destacar. Este programa oferece ao profissional a oportunidade de aprofundar conhecimentos neste campo, preparando-o para desenvolver todos os tipos de vestuário, com ênfase tanto na moda feminina quanto na masculina. Tudo isso é baseado em um sistema de ensino 100% online.



“

Se você sonha em ver seus projetos nas passarelas de Paris, Milão ou Nova York, este programa lhe proporcionará tudo o que você precisa para chegar lá"

A moda está em constante evolução, impulsionada por gênios criativos que sabem, com anos de antecedência, quais serão as próximas tendências. Assim, a influência dessas pessoas é enorme, pois a importância do design, do vestuário e dos têxteis está se tornando cada vez mais essencial a nível social e cultural. Em última análise, milhões de pessoas se definem, em grande parte, por sua aparência, e o vestuário desempenha um enorme papel nesta área.

É por isso que as grandes empresas têxteis e as mais prestigiadas casas de design estão constantemente à procura das próximas estrelas de design, que não só sabem tudo sobre técnicas de costura e métodos de trabalho, mas que podem trazer uma nova visão e um estilo revolucionário para seu vestuário. Este Advanced Master, portanto, foi desenvolvido com esta perspectiva em mente, pois ele fornecerá aos estudantes tudo o que eles precisam para se destacar neste mundo competitivo e apaixonante.

Proporcionará o melhor conhecimento sobre questões como design de vestuário, joias e acessórios, a comercialização de uma coleção, as melhores técnicas de padronagem e confecção, tanto para homens quanto para mulheres, design de moda, tecnologia têxtil e a história do vestuário, entre muitas outras.

O designer, portanto, poderá se tornar uma figura de liderança neste campo graças a este programa, que é desenvolvido através de um sistema de aprendizado 100% online especialmente desenvolvido para profissionais atuantes. O aluno também será acompanhado pelo melhor corpo docente, responsável por orientar o estudante utilizando inúmeros recursos multimídia: vídeos, masterclasses, resumos interativos e todos os tipos de leitura complementar.

Este **Advanced Master em Design de Moda Integral** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em design e moda
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil, fornece informações científicas e práticas sobre as disciplinas essenciais para o exercício da profissão
- ◆ Contém exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar o aprendizado
- ◆ Ênfase particular em metodologias inovadoras em Design de Moda Integral
- ◆ Lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ◆ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



As grandes casas de design estão à procura das novas estrelas da moda: você pode ser uma delas”

“

Este programa não só oferece uma visão da história e da técnica do design de moda, mas lhe proporcionará também uma grande perspectiva criativa para melhorar suas peças de vestuário"

O corpo docente deste programa inclui profissionais da área de desenvolvimento, que trazem a experiência de seu trabalho para este programa, assim como especialistas reconhecidos de empresas líderes e universidades de prestígio.

O seu conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um estudo imersivo e programado para capacitar em situações reais.

Este programa de estudos se fundamenta na Aprendizagem Baseada em Problemas, na qual o aluno deverá resolver as diferentes situações de práticas profissionais que surgirem ao longo da capacitação. Para isso, o profissional contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo, desenvolvido por especialistas reconhecidos nesta área.

O sistema 100% online da TECH lhe permitirá estudar no seu próprio ritmo, sem interromper sua vida diária, sem a necessidade de horários rígidos.

Você terá à sua disposição os melhores recursos didáticos, ministrados por um corpo docente de grande prestígio na área da moda.



02

Objetivos

O principal objetivo deste Advanced Master em Design de Moda Integral é fornecer ao profissional todas as ferramentas necessárias para se tornar uma figura de liderança neste importante campo artístico. Para este fim, reuniu um corpo docente de grande prestígio, que preparou o conteúdo mais completo e atualizado e oferece aos estudantes um método de aprendizagem flexível que se adaptará às suas circunstâncias pessoais.





“

Este Advanced Master integra todos os conteúdos necessários para que seu design alcance o mais alto nível”



Objetivos gerais

- ◆ Desenvolver habilidades virtuais para o novo ambiente da moda, lidando com os códigos atuais e promovendo um espírito criativo e artístico
- ◆ Desenvolver um projeto de design profissional com impacto global com base em novas oportunidades
- ◆ Desenvolver com consciência no uso de materiais, graças a um profundo conhecimento no uso de tecidos
- ◆ Ter agilidade e flexibilidade para lidar com as mudanças em uma perspectiva interdisciplinar
- ◆ Concretizar a conexão entre o mundo imaginário e o mundo real
- ◆ Obter um conhecimento detalhado do design de moda e sua evolução, que será relevante para o trabalho dos profissionais que desejam se desenvolver neste setor
- ◆ Produzir modelos em papel e técnicas digitais que reflitam o desenho idealizado
- ◆ Utilizar técnicas de padronagem e confecção para criar peças de vestuário e acessórios
- ◆ Desenhar projetos de moda de sucesso
- ◆ Aprender sobre fotografia de moda para fazer o melhor uso possível das coleções criadas
- ◆ Desenvolver as habilidades precisas que permitirão aos estudantes tornar-se grandes designers de roupas masculinas, seja através de sua própria empresa ou trabalhando para empresas e marcas líderes no setor
- ◆ Elaborar projetos de moda masculina que conquistem a preferência do público





Objetivos específicos

Módulo 1. Design de moda estrutural e integral

- ◆ Conceber ideias e representá-las de uma forma visual
- ◆ Conhecer a fundo a estrutura da figura humana para comunicar a função da peça
- ◆ Saber lidar com técnicas tradicionais, juntamente com aquelas ferramentas tecnológicas, que permitem esboçar um padrão quase sem noções gráficas

Módulo 2. O produto têxtil

- ◆ Aprofundar conhecimentos sobre a estrutura da silhueta e as medidas
- ◆ Conhecer os fundamentos do design de peças de vestuário e acessórios
- ◆ Realizar os testes dos produtos desenvolvidos

Módulo 3. O design de joias e acessórios

- ◆ Idealizar e projetar uma coleção de acessórios a nível profissional, garantindo sua viabilidade
- ◆ Desenvolver um padrão técnico e artesanal, prestando especial atenção à escolha dos materiais
- ◆ Obter conhecimentos especializados sobre gemas e pedras preciosas, mas também sobre ferramentas digitais específicas do setor

Módulo 4. Vestuário de roupas especiais

- ◆ Aprender a desenhar figurinos para cinema, teatro e televisão
- ◆ Ser capaz de criar coleções esportivas que atraiam o público
- ◆ Especializar-se em vestuário de alta costura

Módulo 5. CLO Virtual Fashion Design

- ◆ Utilizar diferentes ferramentas de design 2D e 3D
- ◆ Ter um conhecimento profundo e ser capaz de usar o programa CLO Virtual Fashion
- ◆ Saber como projetar figurinos digitais para videogames

Módulo 6. Estilismo e tendências de moda

- ◆ Saber produzir um relatório de tendências preditivas que minimize os riscos e otimize os recursos dos designers
- ◆ Compreender as novas tendências de moda e estilos de vida dos consumidores, a fim de criar designs atrativos

Módulo 7. Identidade visual = UX + branding

- ◆ Desenvolver a criatividade artística através da análise científica dos dados
- ◆ Aprender a pensar a partir do questionamento e da análise das variáveis apropriadas à moda
- ◆ Prever tendências de moda, identificando padrões de comportamento, construindo sequências de eventos e traduzindo-os em um esquema de representação
- ◆ Dominar as principais ferramentas e programas de *data science*, entendendo o que é inteligência artificial e para que ela é usada, bem como quando aplicá-la
- ◆ Entender como funcionam as linguagens de programação e se familiarizar com elas
- ◆ Desenvolver o uso e a prática das principais ferramentas tecnológicas do marketing digital de moda, aplicando métricas essenciais e específicas que permitam avaliar tomada de decisões em um departamento de inovação

- ◆ Construir uma identidade representativa do crescimento exponencial de uma marca de moda, criando uma história viva
- ◆ Replicar o funcionamento das ferramentas tecnológicas na maioria dos setores da moda: cosméticos, joalheria, vestuário e calçados

Módulo 8. Comercialização da coleção

- ◆ Ser capaz de projetar uma imagem apropriada da marca ou coleção
- ◆ Apresentar as coleções ao público de uma forma atraente e coerente
- ◆ Saber coordenar eventos de moda e promover o uso de peças de vestuário sustentáveis

Módulo 9. Gestão de compras para a moda

- ◆ Aprender a administrar cada um dos processos envolvidos na comercialização de uma peça de vestuário
- ◆ Realizar uma análise completa para ajudar a entender as intenções de compra do cliente
- ◆ Armazenar os produtos mais vendidos antes de esgotar o *stock*
- ◆ Dominar as ferramentas tecnológicas que são a base do *big data* e que lhe permitirão ganhar vantagem sobre seus concorrentes, reduzindo o tempo

Módulo 10. Oficina de empreendedorismo e gestão criativa

- ◆ Projetar ideias de sucesso com uma proposta de valor diferencial através dos diferentes modelos de negócios que existem na moda
- ◆ Desenvolver as habilidades analíticas e a visão de mercado capazes de construir um ecossistema de marca consistente e duradouro
- ◆ Comercializar o valor diferencial de uma empresa de moda, graças ao desenvolvimento de uma atitude criativa e inovadora
- ◆ Proporcionar novas perspectivas ao mercado internacional de design com uma visão para o futuro
- ◆ Aplicar o pensamento reflexivo às ações concretas e tornar a criatividade um valor transformador, liderando a mudança atual

Módulo 11. Fundamentos e introdução ao Design

- ◆ Conhecer os fundamentos do design, assim como as referências, estilos e movimentos que lhe deram forma desde o início até os dias de hoje
- ◆ Conectar e correlacionar as diferentes áreas do design, campos de aplicação e ramos profissionais
- ◆ Escolher as metodologias de projeto adequadas para cada caso
- ◆ Conhecer os processos de ideação, criatividade e experimentação e saber como aplicá-los aos projetos
- ◆ Integrar a linguagem e a semântica nos processos de ideação de um projeto, relacionando-os com seus objetivos e valores de uso

Módulo 12. Padronagem e confecção

- ◆ Conhecer o desenvolvimento e a representação de um molde
- ◆ Aprender como criar qualquer tipo de molde de forma autônoma
- ◆ Conhecer os fundamentos da costura
- ◆ Diferenciar os tipos de ferramentas e máquinas na fabricação de peças de vestuário
- ◆ Identificar os materiais têxteis e seus principais usos
- ◆ Desenvolver métodos práticos de pesquisa para produção criativa de peças de vestuário

Módulo 13. Fotografia

- ◆ Ter noções básicas de câmeras fotográficas
- ◆ Conhecer o software de revelação e edição de fotografias
- ◆ Administrar e compreender o vocabulário e os conceitos básicos da linguagem visual e audiovisual
- ◆ Analisar de forma crítica as imagens de diferentes tipos
- ◆ Gerenciar recursos e fontes relacionadas com o tema

Módulo 14. Desenho de Moda

- ◆ Compreender a anatomia humana e suas principais características, a fim de poder representá-la dentro do figurino de moda
- ◆ Conhecer o cânone do corpo humano a fim de permitir a estilização do figurino de moda
- ◆ Analisar e diferenciar minuciosamente as áreas mais importantes do corpo humano para a realização de um figurino de moda
- ◆ Diferenciar as técnicas de representação gráfica e plástica na ilustração de moda
- ◆ Buscar o estilo pessoal no figurino de moda, que seja a marca registrada da identidade do designer de moda

Módulo 15. Tecnologia têxtil

- ◆ Identificar diferentes tipos de fibras têxteis
- ◆ Selecionar um material têxtil para um desenho específico de acordo com suas propriedades
- ◆ Conhecer as técnicas de coloração
- ◆ Dominar os ligamentos para saber como aplicá-los no trabalho diário
- ◆ Conhecer as propriedades dos diferentes materiais e as técnicas de manipulação e elaboração dos mesmos
- ◆ Conhecer as principais técnicas de estamparia têxtil

Módulo 16. Sistemas de representação aplicados à moda

- ◆ Diferenciar os contextos profissionais de aplicação do desenho técnico de moda e compreender a utilidade das características deste tipo de representação
- ◆ Saber como fazer desenhos planos de peças de roupas
- ◆ Entender como fazer desenhos planos de peças de vestuário que comuniquem as características de cada modelo ao modelista e ao confeccionador
- ◆ Representar diferentes acessórios de moda
- ◆ Produzir uma ficha técnica altamente descritiva

Módulo 17. Design de Moda

- ◆ Compreender as diferentes metodologias de trabalho aplicadas ao design de moda
- ◆ Desenvolver procedimentos criativos que auxiliem no trabalho do design de moda
- ◆ Apresentar ao aluno os procedimentos técnicos necessários para a realização de um design de moda
- ◆ Conhecer os diferentes meios de divulgação e comunicação do produto de moda
- ◆ Entender o processo de realização de projetos de moda em todas as suas fases
- ◆ Adquirir recursos para a apresentação visual e comunicação do projeto de moda

Módulo 18. Sustentabilidade na moda

- ◆ Compreender que o estilo de vida humano atual nos torna consumidores insustentáveis
- ◆ Adquirir e incorporar critérios ambientais e de sustentabilidade na fase de concepção e desenvolvimento do projeto
- ◆ Conhecer as medidas preventivas e apropriadas para reduzir o impacto ambiental
- ◆ Utilizar a sustentabilidade como um requisito na metodologia de projeto
- ◆ Proporcionar aos alunos as fontes de inspiração naturais e ecologicamente corretas

Módulo 19. História da moda

- ◆ Reunir estratégias metodológicas e estéticas que ajudem a apoiar e desenvolver processos criativos
- ◆ Associar a linguagem formal e simbólica à funcionalidade no campo da moda
- ◆ Justificar as contradições entre o luxo da moda e os valores éticos
- ◆ Refletir sobre o impacto da inovação e da qualidade na produção de moda, prêt-à-porter e moda de *low cost* na qualidade de vida e no meio ambiente
- ◆ Conhecer e valorizar os usos e formas históricas em que a moda tem recorrido à construção de imaginários
- ◆ Realizar corretas leituras denotativas e conotativas de imagens de moda

Módulo 20. Design de moda avançado

- ◆ Desenvolver o pensamento crítico em relação às práticas, tendências e resultados do design de moda, desenvolvendo o julgamento pessoal informado
- ◆ Ser capaz de compreender e comunicar visualmente informações, dominar as técnicas de apresentação gráfica de projetos de design
- ◆ Ter um conhecimento básico dos processos de construção, tecnologia de materiais e técnicas de produção e as disciplinas correspondentes
- ◆ Ter a capacidade de desenvolver de forma coerente um processo de design que responda adequadamente a um conjunto ordenado de necessidades e exigências

Módulo 21. História da indumentária

- ◆ Identificar a linguagem e os recursos expressivos em relação ao conteúdo
- ◆ Selecionar os recursos de pesquisa e inovação para resolver as questões apresentadas dentro das funções, necessidades e materiais da indumentária
- ◆ Diferenciar os processos psicológicos na evolução das peças na história da indumentária
- ◆ Associar a linguagem formal e simbólica à funcionalidade no campo da indumentária
- ◆ Demonstrar a interrelação entre os elementos do vestuário e os campos humanísticos
- ◆ Justificar as contradições entre o luxo indumentário e os valores éticos
- ◆ Refletir sobre o impacto da inovação e da qualidade na produção de moda, prêt-à-porter e moda de Low Cost sobre a qualidade de vida e o meio ambiente



Módulo 22. Modelagem Masculina

- ◆ Conhecer a história da moda masculina
- ◆ Ter critérios próprios, baseados no conhecimento, para o desenvolvimento da moda masculina
- ◆ Compreender a morfologia masculina e suas peculiaridades
- ◆ Conhecer os moldes comumente usados na moda masculina
- ◆ Aprender a fazer um terno sob medida

“*Uma experiência de capacitação única, fundamental e decisiva para impulsionar seu crescimento profissional*”



03

Competências

Ao longo deste Advanced Master, o designer será capaz de desenvolver uma série de competências focadas no trabalho profissional que o tornará uma figura capaz de trabalhar em múltiplos setores e com diversas abordagens, já que este programa não se concentra em um único aspecto do design. É por isso que esta capacitação é uma ótima opção para obter as melhores oportunidades de carreira em uma indústria que precisa de novas mentes criativas.



“

Conheça todas as técnicas de design, padronagem e confecção com este e técnicas de costura graças a este programa, que abrange uma ampla variedade de questões relevantes neste campo artístico e cultural”



Competências gerais

- ◆ Desenvolver as habilidades necessárias para gerenciar com sucesso o design de moda
- ◆ Liderar projetos de sucesso que são procurados pelo público
- ◆ Desenvolver coleções a serem exibidas nas principais passarelas internacionais
- ◆ Obter uma visão geral do setor para se tornar mais competitivo
- ◆ Criar projetos atraentes que se tornarão um *must-have* da estação
- ◆ Aplicar os critérios históricos da indústria da moda aos desenhos actuais, para que se tornem peças de vestuário indispensáveis em qualquer guarda-roupa
- ◆ Desenvolver comunicações eficazes sobre o negócio da moda
- ◆ Utilizar softwares e programas de edição de fotos

“

Neste programa você irá adquirir todas as competências necessárias para fazer os melhores designs para a moda feminina ou masculina”





Competências específicas

- ◆ Aprofundar o conhecimento de todas as fases do design de moda para assegurar que o produto final seja um sucesso
- ◆ Ter um pensamento crítico sobre a cultura da moda atual
- ◆ Aplicar as técnicas e materiais mais sustentáveis para criar projetos adaptados às exigências da sociedade atual
- ◆ Utilizar as principais técnicas e tecnologias têxteis para produzir peças de vestuário de qualidade
- ◆ Controlar todas as etapas da comercialização de uma peça de vestuário
- ◆ Coordenar e dirigir desfiles de moda
- ◆ Desenvolver uma marca de moda própria que alcance o sucesso no mercado
- ◆ Aplicar técnicas de marketing que promovam o posicionamento e a notoriedade da marca
- ◆ Conhecer as tendências atuais no setor da moda e criar aquelas coleções que se tornarão um *must* da estação
- ◆ Dominar o software CLO Virtual Fashion, essencial para criar peças de vestuário para a indústria de videogames
- ◆ Desenvolver as joias e outros acessórios que encontrarão favor junto do público
- ◆ Ter conhecimento da evolução da história da moda
- ◆ Realizar um padrão de acordo com a forma corporal de uma menina, jovem ou mulher
- ◆ Aplicar a metodologia projetada pelos grandes expoentes da moda para resolver os problemas de design
- ◆ Aprender como fazer o padrão de uma saia, calça e vestido, combinando-os para criar novos padrões de moda
- ◆ Usar diferentes materiais para recriar a textura do tecido em desenhos de esboços
- ◆ Criar um portfólio com os desenhos a serem apresentados na passarela
- ◆ Usar as referências dos grandes mestres da moda para aplicá-las aos projetos atuais
- ◆ Aplicar o básico do design de moda à criação de peças de vestuário masculino
- ◆ Produzir desenhos artísticos nos quais cada detalhe do desenho é registrado
- ◆ Gerenciar com sucesso no campo da fotografia, aplicando as principais técnicas para produzir imagens com grande detalhe que mostram as peças de vestuário de uma maneira realista
- ◆ Fazer qualquer tipo de padrão necessário para a criação de uma peça de vestuário masculina
- ◆ Conhecer profundamente a história do vestuário a fim de aplicar os recursos mais úteis e inovadores em desenhos
- ◆ Criar ternos masculinos adaptados às necessidades e gostos da sociedade de hoje
- ◆ Produzir desenhos técnicos que mostram claramente as características das peças de vestuário e acessórios

04

Direção do curso

Uma área tão entusiasmante e complexa exige extremo cuidado na seleção dos diferentes elementos que compõem o programa. Por esta razão, a TECH garantiu que o corpo docente deste Advanced Master seja formado pelas figuras mais prestigiadas e experientes do mundo da moda, assegurando que o aluno obtenha o melhor aprendizado, com uma perspectiva eminentemente prática que lhe permitirá aplicar tudo o que aprendeu diretamente em seu trabalho.





“

Os maiores especialistas em design estão esperando por você neste Advanced Master para lhe ensinar todas as chaves do sucesso no mundo da moda”

Direção



Sra. María García Barriga

- ♦ Mais de 15 anos de experiência na geração de conteúdo em diferentes âmbitos: logística e distribuição, moda e literatura ou conservação do patrimônio artístico
- ♦ Trabalhou em grandes meios de comunicação como RTVE e Telemadrid
- ♦ Graduada em Ciências da Informação pela UCM
- ♦ Pós-graduação em Marketing e Comunicação em Empresas de Moda e Luxo, UCM
- ♦ MBA de ISEM Fashion Business School da Universidade de Navarra
- ♦ Doutoranda em Criação de Tendências de Moda
- ♦ Autora de "O padrão da eternidade: criando uma identidade espiral para a automatização das tendências de moda"

Professores

Sra. Elisa García Barriga

- ♦ Dinamizadora e community manager de uma empresa de cosméticos dedicada à fabricação de sabonetes naturais
- ♦ Responsável pela implementação das diferentes campanhas realizadas pela Cosmética Natural El Sapo
- ♦ Consultora de imagem e fotografia para escolas públicas em toda Espanha
- ♦ Fotógrafa especializada em impressão 3D e para mídias sociais, linguagem não verbal e criação de ambientes para fotografia escolar
- ♦ Formada em Magistério

Sr. Juan Carlos Pereira Paz

- ♦ Designer e diretor do projeto DAB (Diseño y Autores Bolivianos)
- ♦ Responsável pela área criativa e a internacionalização de sua marca, Juan de la Paz
- ♦ Especializada em Comunicação e Marketing de Moda
- ♦ Aparições em revistas de moda e cultura em todo o mundo como Vogue Rússia, Harpers Bazaar Rússia, L'Officiel Itália, L'Officiel Arábia, Vogue Itália, Vogue México, Elle China, L'Officiel Argentina, entre outros, tanto em edições digitais como impressas

Sra. Susana Vela Covisa

- ◆ Diretora da agência Polka Press Comunicación
- ◆ Fundadora e diretora da passarela Atelier Couture
- ◆ Promotora e coordenadora do espaço de Sustainable Experience de MOMAD
- ◆ Professora e tutora em diferentes universidades, escolas de negócios e centros de formação, tais como IED, Universidade Francisco de Vitoria, Madrid School of Marketing e a Escola de Moda de ELLE
- ◆ Mais de 30 anos de experiência como chefe de diferentes departamentos de moda, especialmente na comunicação de diversas marcas, escritórios de imprensa, agências, projetos de moda, feiras e passarelas internacionais, bem como na organização de eventos no setor
- ◆ Técnico Superior de Moda
- ◆ Formação adicional em Moda Sustentável, especializada em Ecodesign, Moda e Comunicação

Sra. Florencia Rodríguez Flomemboim

- ◆ Consultora de imagem e responsável pela gestão de showroom e implementação de concept stores
- ◆ Produtora e editora de moda em diferentes editoriais, agências e marcas
- ◆ Encenação criativa de diferentes obras teatrais, enfocando o simbolismo da imagem
- ◆ Formada em Artes Cênicas pela ESAD em Múrcia
- ◆ Especializada em criação artística e análise de tendências de moda
- ◆ Formada em Relações Internacionais para Marketing do ITC Sraffa em Milão
- ◆ Mestrado em Produção de Moda Editorial e Design de Moda pela American Modern School of Design, em sua sede de Buenos Aires, Argentina

Sr. Javier Holgueras

- ◆ Responsável e analista de mercado na sede principal da Apple na Irlanda
- ◆ Professor do sistema de Marketing Mix Modelling, que ele já implementou na Kellogg's na Espanha
- ◆ Formado em Economia
- ◆ Mestrado em *Big Data* e Business Analytics

Sra. Begoña Romero Monente

- ◆ Diretora geral da agência Young Promotion, criadora do serviço de personal shopper nos aeroportos espanhóis
- ◆ Especializada na execução de campanhas publicitárias em lojas duty free, com contas como AENA, Dufry, L'Oréal, Diageo, Philip Morris, Montblanc, etc.
- ◆ Locutora, editora e responsável pela comunicação em várias mídias on/off, criando conteúdo para as seções de esportes, política e turismo
- ◆ Coordenador das atividades da Airport Promotion Agencies Association, uma organização que reúne as principais agências de marketing de campo aeroportuárias da Europa
- ◆ Palestrante e docente em diversos cursos de Retail Management, Marketing Digital e Gestão de Pessoas
- ◆ Líder de mentoria personalizada e processos de coaching para empreendedores
- ◆ Formada em Jornalismo pela Universidade de Málaga
- ◆ Formada em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade Aberta de Catalunha
- ◆ MBA na ISEM Fashion Business School da Universidade de Navarra
- ◆ *Coach* certificada pela Escuela Europea de Coaching

Sra. Mari Carmen Miñana Grau

- ◆ Designer freelancer na Petite Antoinette
- ◆ Cofundadora da marca @TheIraMare, especializada em design de cachecóis e acessórios
- ◆ Designer em diferentes passarelas
- ◆ Graduação em Design de Moda na Barreira Arte y Diseño
- ◆ Graduada em Design de Moda e Estilismo pela Barreira Arte y Diseño
- ◆ Graduada em Design de Chapéus e Acessórios na Barreira Arte y Diseño
- ◆ Curso de tecnologia do vestuário
- ◆ Curso de confecção de moldes, corte e confecção de roupas valencianas

Sra. Daniela Anguiano

- ◆ Designer de moda e gráfica, e criador de conteúdo
- ◆ Designer gráfico, community manager e criadora de conteúdo Associação entre Mulheres e Soulem, Madri
- ◆ Designer gráfico e de moda, Fasrev. International Team
- ◆ Designer de moda e gráfico para o designer Fernando Claro, Madri
- ◆ Fundadora e diretora artística, Pipper's Design, Madri
- ◆ Designer têxtil, Baby Zanell
- ◆ Designer de moda e têxtil, Universidade de Palermo, Buenos Aires, Argentina
- ◆ Curso em Produção de Moda, EBA, BuenosAires, Argentina
- ◆ Curso Elle Education en Branded Content Creator, Mindway, Madrid





“

Aproveite a oportunidade para conhecer os últimos avanços neste campo e aplicá-los à sua prática diária”

05

Estrutura e conteúdo

Este Advanced Master foi estruturado em 22 módulos especializados, através dos quais o profissional poderá se aprofundar em diferentes questões relevantes como o design estrutural e integral na moda, focando aspectos como o desenho de expressão ou composição, os diferentes produtos e tecnologias têxteis, os fundamentos do design, a pesquisa criativa, a história do vestuário ou a fotografia voltada para o campo da moda. Ao fazer isso, o estudante terá adquirido um conhecimento completo que lhe permitirá progredir nesta indústria com rapidez e segurança.



“

Você tem ao seu alcance o melhor conteúdo para desenvolver uma carreira de sucesso no mundo da moda”

Módulo 1. Design de moda estrutural e integral

- 1.1. Desenho expressivo
 - 1.1.1. Estrutura anatômica do corpo humano
 - 1.1.2. Espaço tridimensional
 - 1.1.3. A perspectiva e análise *Matrix*
- 1.2. Semiótica visual
 - 1.2.1. Cor e luz em formas tridimensionais
 - 1.2.2. Contorno e sombreamento
 - 1.2.3. O movimento das peças de vestuário na anatomia feminina e masculina
- 1.3. Composição I
 - 1.3.1. Volume
 - 1.3.2. Silhueta feminina e silhueta masculina
 - 1.3.3. Forma e forma negativa
- 1.4. Composição II
 - 1.4.1. Simetrias e assimetrias
 - 1.4.2. Construção e desconstrução
 - 1.4.3. Drapeados e enfeites de joias
- 1.5. Ferramentas de representação
 - 1.5.1. O esboço geométrico
 - 1.5.2. Técnicas de *rapid sketching* e veneno
 - 1.5.3. *Canva*
- 1.6. Metodologia do design
 - 1.6.1. Design com auxílio do computador
 - 1.6.2. CAD/CAM: protótipos
 - 1.6.3. Produtos acabados e produções em série
- 1.7. Customização e transformação de peças de vestuário
 - 1.7.1. Corte, montagem e acabamento
 - 1.7.2. Adaptações do padrão
 - 1.7.3. Personalizações para peças de vestuário

- 1.8. *Packaging*
 - 1.8.1. A embalagem como uma extensão do *branding*
 - 1.8.2. *Packaging* sustentável
 - 1.8.3. Personalização automatizada
- 1.9. *Atomic Design*
 - 1.9.1. Componentes do sistema
 - 1.9.2. Modelos
 - 1.9.3. Tipologia de sites de designers
- 1.10. *App Design*
 - 1.10.1. Técnicas de ilustração com o celular
 - 1.10.2. Ferramentas de design integral: *Procreate*
 - 1.10.3. Ferramentas de suporte: *Pantone Studio*

Módulo 2. O produto têxtil

- 2.1. Antropologia do design
 - 2.1.1. A transformação do vestuário em roupas esportivas
 - 2.1.2. O pensamento visual: retórica e linguagem
 - 2.1.3. Artificação de produtos na indústria da moda
- 2.2. O gênero em design de produto
 - 2.2.1. O vestido feminino
 - 2.2.2. O terno masculino
 - 2.2.3. A hibridização do vestuário de moda
- 2.3. O design de acessórios
 - 2.3.1. Couro e materiais sintéticos
 - 2.3.2. Joias
 - 2.3.3. Calçado
- 2.4. Design de produto
 - 2.4.1. Prototipagem
 - 2.4.2. O ambiente *fashion tech* e os novos tecidos industriais
 - 2.4.3. Transformação de protótipos
- 2.5. A confecção do vestuário de moda
 - 2.5.1. A máquina de costura
 - 2.5.2. Volume do corpo e medidas
 - 2.5.3. Técnicas de costura e montagem de peças de vestuário

- 2.6. Produção industrial de peças de vestuário de moda I
 - 2.6.1. Confeção e técnicas de produção
 - 2.6.2. Estampas
 - 2.6.3. *Moulage* e padronagem industrial
 - 2.7. Produção industrial de peças de moda II
 - 2.7.1. Técnicas de escalonamento
 - 2.7.2. Classificação de tamanhos
 - 2.7.3. Transformação de padrões
 - 2.8. Designer têxtil
 - 2.8.1. Tecidos e materiais
 - 2.8.2. A paleta corporativa e de temporada
 - 2.8.3. Técnicas de desenvolvimento de produtos
 - 2.9. Lingerie e espartilho
 - 2.9.1. Tecidos específicos para roupa íntima
 - 2.9.2. Padrões específicos
 - 2.9.3. Montagem do vestuário
 - 2.10. Testes de produtos
 - 2.10.1. Estabelecimento de competências de produto
 - 2.10.2. Avaliação do produto em relação ao mercado e ao consumidor
 - 2.10.3. Redesenho do produto
- Módulo 3. O design de joias e acessórios**
- 3.1. Anatomia e confecção dos complementos
 - 3.1.1. Calçados
 - 3.1.2. Bolsas e cintos
 - 3.1.3. Bijuterias e joias
 - 3.2. Materiais específicos para o projeto de acessórios
 - 3.2.1. Acessórios e ferragens
 - 3.2.2. Tecidos sintéticos
 - 3.2.3. Materiais técnicos
 - 3.3. Fluxo de trabalho
 - 3.3.1. Relações com fornecedores
 - 3.3.2. Fabricação industrial por encomendas
 - 3.3.3. Preços de mercado
 - 3.4. Prototipagem de produto
 - 3.4.1. Desenho e esboço
 - 3.4.2. Ficha técnica do produto
 - 3.4.3. Produção em grande escala: INGA/3D
 - 3.5. Design de joias
 - 3.5.1. Gemas e pedras preciosas
 - 3.5.2. Bijuterias e materiais alternativos
 - 3.5.3. Prototipagem de joias com impressão 3D
 - 3.6. *Rhinojewel*
 - 3.6.1. Ferramentas metálicas e gemas
 - 3.6.2. Ferramentas de padronagem
 - 3.6.3. Ferramentas de pedra calibradas
 - 3.7. Desenvolvimento de produto
 - 3.7.1. Criatividade e viabilidade do acessório
 - 3.7.2. Desenvolvimento de coleções: alinhamento com a marca
 - 3.7.3. Metodologia para a apresentação de uma coleção de acessórios
 - 3.8. A pele
 - 3.8.1. O couro animal e seu tratamento
 - 3.8.2. Materiais sintéticos
 - 3.8.3. Sustentabilidade e meio ambiente
 - 3.9. Customização e transformação de acessórios
 - 3.9.1. Transformação manual
 - 3.9.2. Contas e miçangas
 - 3.9.3. Joalheria: cintos, fechos de bolsa e vestidos de joalheria
 - 3.10. Relógios e óculos de sol
 - 3.10.1. Ourivesaria e composição
 - 3.10.2. Materiais específicos
 - 3.10.3. Montagem

Módulo 4. Vestuário de roupas especiais

- 4.1. As coleções *esportivas*
 - 4.1.1. Evolução da moda esportiva
 - 4.1.2. Design casual e criatividade
 - 4.1.3. Peças *sportswear* e *activewear*
- 4.2. Confeção e design de roupas esportivas
 - 4.2.1. Ergonomia do esportista
 - 4.2.2. Modelo técnico
 - 4.2.3. Materiais técnicos: evaporação, respirabilidade e impermeabilização
- 4.3. Design de vestuário para cinema e séries de TV
 - 4.3.1. Influência da moda nas artes cênicas
 - 4.3.2. O departamento de vestuário em um filme
 - 4.3.3. Revisão do roteiro para o design de figurinos de ficção
- 4.4. Fluxo de trabalho no cinema
 - 4.4.1. Documentação de época e estilos
 - 4.4.2. O cenário cinematográfico através de figurinos
 - 4.4.3. Tecidos e técnicas aplicadas para o acabamento final
- 4.5. Figurinos para cinema
 - 4.5.1. Figurinos para desenhos animados
 - 4.5.2. Figurinos Marvel
 - 4.5.3. Roupas de época
- 4.6. Passarela e galas de cinema
 - 4.6.1. Modelagem experimental
 - 4.6.2. Figurinismo para modelos e atrizes
 - 4.6.3. A encenação dos figurinos no tapete vermelho
- 4.7. Ficção cênica
 - 4.7.1. Vestuário para ópera
 - 4.7.2. Vestuário para teatro
 - 4.7.3. Vestuário para dança e circo

- 4.8. Alta costura
 - 4.8.1. Confeção de peças sob medida
 - 4.8.2. Técnicas de ilustração criativa
 - 4.8.3. Coleções nupciais
- 4.9. *Tailoring* e alfaiataria
 - 4.9.1. O padrão de vestuário para homens e mulheres
 - 4.9.2. Tecidos de temporada
 - 4.9.3. Tendências futuras em roupas feitas sob medida
- 4.10. *Product placement*
 - 4.10.1. Colaborações com marcas consolidadas para o vestuário de séries de televisão
 - 4.10.2. A proposta e a apresentação de necessidades
 - 4.10.3. Seleção de peças de vestuário e custo da colaboração

Módulo 5. CLO Virtual Fashion Design

- 5.1. Técnicas de design atuais
 - 5.1.1. Design em 2 dimensões
 - 5.1.2. Design em 3 dimensões
 - 5.1.3. O programa CLO *Virtual Fashion*
- 5.2. Criação digital e design experimental
 - 5.2.1. Criação digital e design experimental
 - 5.2.2. Interface do usuário CLO *Virtual Fashion*
 - 5.2.3. Animação de avatares 3D
- 5.3. Confeção virtual
 - 5.3.1. Costura por segmentos
 - 5.3.2. Costura livre
 - 5.3.3. Estrutura em camadas
- 5.4. Biblioteca de tecidos de CLO *Virtual Fashion*
 - 5.4.1. Tecidos comumente usados
 - 5.4.2. Revestimentos
 - 5.4.3. Ajuste do vestuário

- 5.5. Processo *streamline*
 - 5.5.1. Cores e estampados
 - 5.5.2. Composição do design
 - 5.5.3. Amostras em 3D
 - 5.6. Criação de Texturas
 - 5.6.1. Dar e editar texturas
 - 5.6.2. Opacidade, reflexão e posição
 - 5.6.3. Mapa normal e mapa de deslocamento
 - 5.7. Criação de peças de vestuário I
 - 5.7.1. Roupas
 - 5.7.2. Estampas
 - 5.7.3. *Renders*
 - 5.8. Criação de peças de vestuário II
 - 5.8.1. Pregas
 - 5.8.2. Fundos e palas
 - 5.8.3. *Soleil* e acolchoamento
 - 5.9. Ambientes simulados
 - 5.9.1. Técnicas de penteado
 - 5.9.2. Visualização do vestuário em ambientes de varejo
 - 5.9.3. Promoção da coleção virtual
 - 5.10. Mercados emergentes e técnicas de entrada
 - 5.10.1. Cálculo de custos
 - 5.10.2. Os leilões
 - 5.10.3. A indústria de videogames
- Módulo 6. Estilismo e tendências de moda**
- 6.1. O consumidor global: Oriente e Ocidente
 - 6.1.1. A moda no contexto da *globalização*
 - 6.1.2. A ostentação asiática
 - 6.1.3. O legado ocidental
 - 6.2. As necessidades do consumidor atual
 - 6.2.1. Perfil do novo consumidor
 - 6.2.2. O prosumer
 - 6.2.3. Tomada de decisão durante o processo de compra
 - 6.3. A expressão visual da cor
 - 6.3.1. A importância da cor nas decisões de compra
 - 6.3.2. Emoções cromáticas
 - 6.3.3. A cor no ecossistema da moda
 - 6.4. Análise e pesquisa de tendências
 - 6.4.1. O caçador de tendências
 - 6.4.2. Dos *Trendsetters* ao consumo de massas
 - 6.4.3. Agências especializadas
 - 6.5. Lançamento estratégico
 - 6.5.1. Macro e micro tendências
 - 6.5.2. Novidade, tendência e *"Hype"*
 - 6.5.3. O ciclo de difusão do produto
 - 6.6. Metodologia para a análise de tendências
 - 6.6.1. A arte e a ciência da análise preditiva
 - 6.6.2. Fontes de informação do mercado da moda
 - 6.6.3. Obtendo *insights*
 - 6.7. O estilo de vida do consumidor de moda
 - 6.7.1. Valores e prioridades
 - 6.7.2. O novo luxo e seu lugar no mercado da moda
 - 6.7.3. Entre a loja física e o *e-Commerce*
 - 6.8. A conceitualização do mercado da moda
 - 6.8.1. A experiência de compra
 - 6.8.2. *"Hotspots"*
 - 6.8.3. Digital *concept stores*
 - 6.9. O relatório de tendência
 - 6.9.1. Estrutura e composição
 - 6.9.2. Apresentação
 - 6.9.3. Avaliação e tomada de decisões
 - 6.10. Tendências de consumo pós-pandemia
 - 6.10.1. Mudanças permanentes nos hábitos de consumo
 - 6.10.2. As compras do futuro
 - 6.10.3. Tecnologia e sustentabilidade: os eixos de mudança

Módulo 7. A identidade visual = UX + branding

- 7.1. O uso tecnológico da moda
 - 7.1.1. A inteligência artificial
 - 7.1.2. Materializar a vantagem competitiva
 - 7.1.3. *Chatbot* e *personal shopper* virtual
- 7.2. Identidade e gestão da mudança
 - 7.2.1. Design da identidade da marca
 - 7.2.2. Construção da identidade de marca
 - 7.2.3. Impactos econômicos
- 7.3. *Google Analytics* e *Google Ads*
 - 7.3.1. Posicionamento estratégico de uma marca de moda
 - 7.3.2. *Google Ads*
 - 7.3.3. *Google Analytics*
- 7.4. *Data driven* Marketing
 - 7.4.1. O processo orientado por dados
 - 7.4.2. Coleta e seleção de dados
 - 7.4.3. Tabulação: estatísticas de dados
- 7.5. Criação de sequências de padrões
 - 7.5.1. Gestão de métricas-chave
 - 7.5.2. Métricas específicas da moda
 - 7.5.3. Sequências de padrões
- 7.6. Simulação de cenários inovadores
 - 7.6.1. Inovação e criatividade
 - 7.6.2. Simulação e previsão
 - 7.6.3. *Microsoft Power Bi*
- 7.7. Segmentação e gestão de banco de dados
 - 7.7.1. Segmentação de mercado
 - 7.7.2. Segmentação de públicos
 - 7.7.3. SQL para grandes volumes de dados





- 7.8. Fidelização & *salesforce*
 - 7.8.1. O perfil emocional do consumidor de moda
 - 7.8.2. Captação de usuários, retenção de consumidores e clientes embaixadores
 - 7.8.3. CRM: *Salesforce*
- 7.9. Marketing de conteúdo
 - 7.9.1. Criação de uma experiência do usuário no ambiente digital
 - 7.9.2. *Customer engagement behaviour*
 - 7.9.3. Conteúdos dentro e fora do site
- 7.10. Criatividade com *Python*
 - 7.10.1. Estrutura e elementos de linguagem
 - 7.10.2. Funcionalidades de *Python*
 - 7.10.3. Criatividade a partir do uso de dados

Módulo 8. Comercialização da coleção

- 8.1. A dinâmica da moda atual
 - 8.1.1. *Fashion weeks* e a alta costura
 - 8.1.2. A concretização das ideias e o *sketchbook*
 - 8.1.3. A conceitualização da coleção
- 8.2. Criação de uma coleção
 - 8.2.1. *Moodboards* e inspiração internacional
 - 8.2.2. Fábricas e fornecedores no mundo
 - 8.2.3. Rotulagem e *packaging*
- 8.3. Alianças estratégicas e parcerias
 - 8.3.1. Os *partners* estratégicos
 - 8.3.2. Entre designers, empresários e artistas
 - 8.3.3. Coleções cápsula
- 8.4. Estilismo
 - 8.4.1. *Visual merchandising*
 - 8.4.2. Vitrine/Mostruário
 - 8.4.3. *Shooting* digital: o mostruário móvel

- 8.5. Passarelas e capitais da moda
 - 8.5.1. O desfile
 - 8.5.2. Paris, Londres e Nova York
 - 8.5.3. Passarelas virtuais
- 8.6. Feiras e eventos de design
 - 8.6.1. Gestão de eventos no mercado da moda
 - 8.6.3. O ambiente B2B
- 8.7. Ecodesign e impacto ambiental
 - 8.7.1. Artesanato
 - 8.7.2. O novo luxo
 - 8.7.3. A moda sustentável em números
- 8.8. Comercialização da coleção
 - 8.8.1. A orquestra omnichannel/omnicanal
 - 8.8.2. Otimizando o canal online
 - 8.8.3. As vantagens residuais do offline
- 8.9. Eventos personalizados
 - 8.9.1. Alinhamento de audiências
 - 8.9.2. Estratégia de comunicação
 - 8.9.3. Colocação em cena
- 8.10. Avaliação final da coleção
 - 8.10.1. Impressões em números
 - 8.10.2. Análise avançada e indicadores
 - 8.10.3. A reformulação do vestuário

Módulo 9. Gestão de compras para a moda

- 9.1. A dinâmica de um comprador de moda
 - 9.1.1. O ciclo de vida do produto da moda
 - 9.1.2. Sazonalidade no setor da moda
 - 9.1.3. Alavancas que ativam o valor da marca

- 9.2. Formulação com Microsoft Excel
 - 9.2.1. Operações
 - 9.2.2. Cálculos
 - 9.2.3. Fórmulas
- 9.3. Aplicações do Excel
 - 9.3.1. Gráficos
 - 9.3.2. Tabelas dinâmicas
 - 9.3.3. Formulários
- 9.4. Tratamento de erros
 - 9.4.1. Formato
 - 9.4.2. Números
 - 9.4.3. Texto
- 9.5. Criação da base de dados com *Microsoft Access*
 - 9.5.1. A programação em *Access*
 - 9.5.2. Tipos de dados e propriedades de campo
 - 9.5.3. Consultas e macros
- 9.6. Relatórios de banco de dados
 - 9.6.1. Armazenamento de dados
 - 9.6.2. Modelos para bases de dados com *Access*
 - 9.6.3. Atualização de consultas
- 9.7. *Big data* com *Tableau*
 - 9.7.1. Organização dos dados
 - 9.7.2. Representação de valores numéricos
 - 9.7.3. Uso de várias fontes de dados
- 9.8. Personalização de dados com *Tableau*
 - 9.8.1. Uso de cálculos
 - 9.8.2. Cálculos de tabelas rápidas
 - 9.8.3. Linhas de referência

- 9.9. *Dashboard*: visualização de dados
 - 9.9.1. Mapeamento geográfico
 - 9.9.2. Visualização e comparação de medidas
 - 9.9.3. Estatísticas e previsões
- 9.10. Gerenciamento de projetos
 - 9.10.1. *Product owner*
 - 9.10.2. Metodologia *lean*
 - 9.10.3. Metodologia *agile*

Módulo 10. Oficina de empreendedorismo e gestão criativa

- 10.1. Inovação e criatividade nos mercados da moda
 - 10.1.1. Reinventar o que já existe no design de moda
 - 10.1.2. Criar novos padrões a partir do nada
 - 10.1.3. Patentes de tecidos
- 10.2. Pensamento disruptivo e *design thinking*
 - 10.2.1. Pensamento disruptivo e seu impacto global
 - 10.2.2. A estrutura visual do *design thinking*
 - 10.2.3. Solução de problemas
- 10.3. Liderança e mentalidade empreendedora
 - 10.3.1. A equipe
 - 10.3.2. Marca pessoal
 - 10.3.3. Gestão da evolução e crescimento dos negócios
- 10.4. A cadeia de valor na indústria da moda e do luxo
 - 10.4.1. Estrutura do mercado global de moda
 - 10.4.2. A cadeia de valor tradicional
 - 10.4.3. A evolução dos elos da cadeia de valor da moda
- 10.5. A *start up* de moda
 - 10.5.3. O salto à internacionalização

- 10.6. Direção criativa para empresas de moda
 - 10.6.1. A dinâmica da criatividade
 - 10.6.2. Perfis profissionais
 - 10.6.3. Funções do diretor criativo
- 10.7. Neurobiologia da criatividade
 - 10.7.1. Inteligência
 - 10.7.2. Quantificação criativa
 - 10.7.3. Mídias sociais
- 10.8. Técnicas de criatividade
 - 10.8.1. O bloqueio
 - 10.8.2. Técnicas de geração de ideias
 - 10.8.3. CRE- IN
- 10.9. Fontes de inspiração
 - 10.9.1. Dominando o passado da moda
 - 10.9.2. Aspirações: o futuro
 - 10.9.3. O equilíbrio composicional entre passado e futuro
- 10.10. A encenação
 - 10.10.1. A estrutura composicional em uma coleção de moda
 - 10.10.2. Percepção do espectador
 - 10.10.3. O imaginário das marcas de moda

Módulo 11. Fundamentos e introdução ao Design

- 11.1. História do design
 - 11.1.1. Revolução industrial
 - 11.1.2. As etapas do Design
 - 11.1.3. A arquitetura
 - 11.1.4. A Escola de Chicago
- 11.2. Estilos e movimentos do Design
 - 11.2.1. Design decorativo
 - 11.2.2. Movimento modernista
 - 11.2.3. *Art Déco*
 - 11.2.4. Desenho industrial

- 11.2.5. *La Bauhaus*
- 11.2.6. II Guerra Mundial
- 11.2.7. Transvanguarda
- 11.2.8. Design contemporâneo
- 11.3. Designers e tendências
 - 11.3.1. Designers de interiores
 - 11.3.2. Designers gráficos
 - 11.3.3. Designers industriais ou de produtos
 - 11.3.4. Designers de moda
- 11.4. Metodologia do Design
 - 11.4.1. *Bruno Munari*
 - 11.4.2. *Gui Bonsiepe*
 - 11.4.3. *J. Christopher Jones*
 - 11.4.4. *L. Bruce Archer*
 - 11.4.5. *Guillermo González Ruiz*
 - 11.4.6. *Jorge Frascara*
 - 11.4.7. *Bernd Löbach*
 - 11.4.8. *Joan Costa*
 - 11.4.9. *Norberto Chaves*
- 11.5. A linguagem no Design
 - 11.5.1. Os objetos e o sujeito
 - 11.5.2. Semiótica dos objetos
 - 11.5.3. O layout do objeto e a sua conotação
 - 11.5.4. *A globalização dos sinais*
 - 11.5.5. Proposta
- 11.6. O Design e sua dimensão estético-formal
 - 11.6.1. Elementos visuais
 - 11.6.1.1. A forma
 - 11.6.1.2. A medida
 - 11.6.1.3. A cor
 - 11.6.1.4. A textura
 - 11.6.2. Elementos de relação
 - 11.6.2.1. Direção
 - 11.6.2.2. Posicionamento
 - 11.6.2.3. Espaço
 - 11.6.2.4. Gravidade
 - 11.6.3. Elementos práticos
 - 11.6.3.1. Representação
 - 11.6.3.2. Significado
 - 11.6.3.3. Função
 - 11.6.4. Marco de referência
- 11.7. Métodos analíticos do Design
 - 11.7.1. Design pragmático
 - 11.7.2. Design analógico
 - 11.7.3. Design icônico
 - 11.7.4. Design canônico
 - 11.7.5. Principais autores e sua metodologia
- 11.8. Design e semântica
 - 11.8.1. A semântica
 - 11.8.2. O significado
 - 11.8.3. Significado denotativo e significado conotativo
 - 11.8.4. O léxico
 - 11.8.5. Campo léxico e família léxica
 - 11.8.6. Relações semânticas
 - 11.8.7. Mudança semântica
 - 11.8.8. Causas das mudanças semânticas
- 11.9. Design e o pragmatismo
 - 11.9.1. Consequências práticas, abdução e semiótica
 - 11.9.2. Mediação, corpo e emoções
 - 11.9.3. Aprendizagem, vivência e conclusão
 - 11.9.4. Identidade, relações sociais e objetos

- 11.10. Contexto atual do Design
 - 11.10.1. Problemas atuais do Design
 - 11.10.2. Os temas atuais do Design
 - 11.10.3. Contribuições metodológicas

Módulo 12. Padronagem e confecção

- 12.1. Introdução à padronagem
 - 12.1.1. Conceitos básicos da padronagem
 - 12.1.2. Ferramentas e materiais na padronagem
 - 12.1.3. Obtenção de medidas anatômicas
 - 12.1.4. Tabelas de medidas
 - 12.1.5. Tipologias de padronagem
 - 12.1.6. Industrialização de modelos
 - 12.1.7. Informações que devem ser incluídas em um modelo
- 12.2. Molde feminino
 - 12.2.1. Molde da base da saia
 - 12.2.2. Molde base do corpo
 - 12.2.3. Molde base das calças
 - 12.2.4. Molde base de vestido
 - 12.2.5. Colarinhos
 - 12.2.6. Mangas
 - 12.2.7. Detalhes
- 12.3. Molde masculino
 - 12.3.1. Molde base do de corpo
 - 12.3.2. Molde base de das calças
 - 12.3.3. Molde da base da saia
 - 12.3.4. Colarinhos
 - 12.3.5. Mangas
 - 12.3.6. Detalhes
- 12.4. Molde infantil
 - 12.4.1. Molde base do corpo
 - 12.4.2. Molde base das calças
 - 12.4.3. Molde base Leotard (Collant)
 - 12.4.4. Molde base macacão
 - 12.4.5. Mangas
 - 12.4.6. Colarinhos
 - 12.4.7. Detalhes
- 12.5. Transformação, desenvolvimento e escalonamento do molde
 - 12.5.1. Transformações de moldes
 - 12.5.2. Desenvolvimento da padronagem
 - 12.5.3. Moldes de escala e tamanho real
- 12.6. Introdução ao corte e confecção
 - 12.6.1. Introdução à costura
 - 12.6.2. Ferramentas e materiais na costura
 - 12.6.3. O corte
 - 12.6.4. Costura à mão
 - 12.6.5. Costura à máquina plana
 - 12.6.6. Tipos de máquinas de costura
- 12.7. Identificação de têxteis
 - 12.7.1. Tecidos planos
 - 12.7.2. Tecidos complexos
 - 12.7.3. Tecidos técnicos
 - 12.7.4. Tecidos de tricô
 - 12.7.5. Materiais
- 12.8. Tipos de costura e transformação de peças de vestuário
 - 12.8.1. Costura plana
 - 12.8.2. Costura interna
 - 12.8.3. Costura curva
 - 12.8.4. Costura francesa

- 12.8.5. Costura texana
- 12.8.6. Costura de overlock
- 12.8.7. Costura de bainhas
- 12.9. Fechamentos, acabamentos e estofado têxtil
 - 12.9.1. Tingimento de tecidos
 - 12.9.2. Botões
 - 12.9.3. Zíperes
 - 12.9.4. Apliques
 - 12.9.5. Forro da peça
 - 12.9.6. Remates
 - 12.9.7. Passar roupa
- 12.10. *Moulage*
 - 12.10.1. Preparação do manequim
 - 12.10.2. Pesquisa sobre o manequim
 - 12.10.3. Do manequim ao molde
 - 12.10.4. Padronagem de um vestuário

Módulo 13. Fotografia

- 13.1. História da Fotografia
 - 13.1.1. Antecedentes da Fotografia
 - 13.1.2. Fotografia colorida
 - 13.1.3. O filme fotográfico
 - 13.1.4. A câmera digital
- 13.2. Formação da Imagem
 - 13.2.1. A câmera fotográfica
 - 13.2.2. Parâmetros básicos na fotografia
 - 13.2.3. Fotometria
 - 13.2.4. Objetivos e distância focal





- 13.3. Linguagem fotográfica
 - 13.3.1. Tipos de planos
 - 13.3.2. Elementos formais, compositivos e interpretativos da imagem fotográfica
 - 13.3.3. Enquadramento
 - 13.3.4. Representação do tempo e do movimento na fotografia
 - 13.3.5. A relação da fotografia com a realidade e a verdade
- 13.4. A câmera fotográfica
 - 13.4.1. Câmeras analógicas e digitais
 - 13.4.2. As câmeras simples
 - 13.4.3. As câmeras *reflex*
 - 13.4.4. Técnicas fotográficas básicas
 - 13.4.5. A exposição e os medidores de exposição
 - 13.4.6. A câmera *reflex* digital. O sensor
 - 13.4.7. O manuseio de câmeras digitais versus analógicas
 - 13.4.8. Aspectos específicos de interesse
 - 13.4.9. Modos de trabalho com a câmera digital
- 13.5. A imagem digital
 - 13.5.1. Formatos de arquivo
 - 13.5.2. Balanço de brancos
 - 13.5.3. Temperatura da cor
 - 13.5.4. Histograma. Exposição de fotografia digital
 - 13.5.5. Faixa dinâmica
- 13.6. O comportamento da luz
 - 13.6.1. O fóton
 - 13.6.2. Reflexão e absorção
 - 13.6.3. Quantidade e qualidade da luz
 - 13.6.3.1. Luz dura e luz suave
 - 13.6.3.2. Luz direta e difusa

- 13.7. Expressividade e estética da iluminação
 - 13.7.1. Sombras, modificadores e profundidade
 - 13.7.2. Ângulos de iluminação
 - 13.7.3. Esquemas de iluminação
 - 13.7.4. Medição da luz
 - 13.7.4.1. O fotômetro
 - 13.7.4.2. Luz incidente
 - 13.7.4.3. Luz refletida
 - 13.7.4.4. Medição sobre vários pontos
 - 13.7.4.5. O contraste
 - 13.7.4.6. Cinza médio
 - 13.7.5. Iluminação luz natural
 - 13.7.5.1. Difusores
 - 13.7.5.2. Refletores
 - 13.7.6. Iluminação luz artificial
 - 13.7.6.1. O estúdio fotográfico
 - 13.7.6.2. Fontes de iluminação
 - 13.7.6.3. Luz fria
 - 13.7.6.4. Flashes de estúdio e flashes compactos
 - 13.7.6.5. Acessórios
- 13.8. Software de edição
 - 13.8.1. *Adobe Lightroom*
 - 13.8.2. *Adobe Photoshop*
 - 13.8.3. *Plugins*
- 13.9. Edição e revelação de fotos
 - 13.9.1. A revelação no *Câmera RAW*
 - 13.9.2. Ruído e foco
 - 13.9.3. Ajustes de exposição, contraste e saturação. Níveis e curvas

- 13.10. Referências e aplicações
 - 13.10.1. Os fotógrafos mais importantes da história
 - 13.10.2. Fotografia em design de interiores
 - 13.10.3. Fotografia em design de produto
 - 13.10.4. Fotografia em design de moda
 - 13.10.5. Fotografia em design gráfico

Módulo 14. Desenho de Moda

- 14.1. História da ilustração
 - 14.1.1. História da ilustração
 - 14.1.2. Tipologia
 - 14.1.3. O cartaz
 - 14.1.4. Ilustradores
- 14.2. Materiais e mídia em Ilustração
 - 14.2.1. Materiais
 - 14.2.2. Suportes
 - 14.2.3. Novas tecnologias
- 14.3. Anatomia artística
 - 14.3.1. Introdução à anatomia artística
 - 14.3.2. A cabeça e pescoço
 - 14.3.3. O tronco
 - 14.3.4. O membro superior
 - 14.3.5. O membro inferior
 - 14.3.6. O movimento
- 14.4. Proporção do corpo humano
 - 14.4.1. Antropometria
 - 14.4.2. Proporção
 - 14.4.3. Cânones
 - 14.4.4. Morfologia
 - 14.4.5. Proporção

- 14.5. Composição básica
 - 14.5.1. Dianteiro
 - 14.5.2. Costas
 - 14.5.3. Perfis
 - 14.5.4. Escorços
 - 14.5.5. Movimento
- 14.6. O rosto humano
 - 14.6.1. A cabeça
 - 14.6.2. Os olhos
 - 14.6.3. O nariz
 - 14.6.4. A boca
 - 14.6.5. As sobrancelhas
 - 14.6.6. As orelhas
 - 14.6.7. O cabelo
- 14.7. A figura humana
 - 14.7.1. O equilíbrio do corpo
 - 14.7.2. O braço
 - 14.7.3. A mão
 - 14.7.4. O pé
 - 14.7.5. A perna
 - 14.7.6. O busto
 - 14.7.7. A figura humana
- 14.8. Técnicas de ilustração de moda
 - 14.8.1. Técnica tradicional
 - 14.8.2. Técnica digital
 - 14.8.3. Técnica mista
 - 14.8.4. Técnica de collage
- 14.9. Ilustração de materiais
 - 14.9.1. *Tweed*
 - 14.9.2. Couro envernizado

- 14.9.3. Lã
- 14.9.4. Lantejoulas
- 14.9.5. Transparência
- 14.9.6. Seda
- 14.9.7. Denim
- 14.9.8. Couro
- 14.9.9. Pelo animal
- 14.9.10. Outros materiais
- 14.10. Busca de estilo pessoal
 - 14.10.1. O figurino de moda
 - 14.10.2. A estilização
 - 14.10.3. Poses da moda
 - 14.10.4. Penteados
 - 14.10.5. O design

Módulo 15. Tecnologia Têxtil

- 15.1. Introdução aos têxteis
 - 15.1.1. História dos têxteis
 - 15.1.2. Os têxteis ao longo do tempo
 - 15.1.3. As máquinas têxteis tradicionais
 - 15.1.4. A importância dos tecidos na moda
 - 15.1.5. Simbologia utilizada em materiais têxteis
 - 15.1.6. Ficha técnica de tecidos
- 15.2. Materiais têxteis
 - 15.2.1. Classificação das fibras têxteis
 - 15.2.1.1. Fibras naturais
 - 15.2.1.2. Fibras artificiais
 - 15.2.1.3. Fibras sintéticas
 - 15.2.2. Propriedades das fibras
 - 15.2.3. Reconhecimento das fibras têxteis

15.3. Os fios

- 15.3.1. Ligamentos básicos
- 15.3.2. Características gerais dos fios
- 15.3.3. Classificação dos fios
- 15.3.4. Etapas de fiação
- 15.3.5. Máquinas utilizadas
- 15.3.6. Sistemas de numeração de fios

15.4. Tecidos para costura aberta

- 15.4.1. Costura aberta
- 15.4.2. Costura escalonada
- 15.4.3. Os ligamentos nos tecidos de costura aberta
- 15.4.4. Classificação dos ligamentos
- 15.4.5. Tipos de ligamentos
- 15.4.6. Tipos de tecidos de costura aberta
- 15.4.7. O telar de costura aberta
- 15.4.8. Telares especiais

15.5. Tecidos de tricô

- 15.5.1. História do tecido de tricô
- 15.5.2. Classificação
- 15.5.3. Tipologia
- 15.5.4. Comparação entre tecidos lisos e tricotados
- 15.5.5. Características e comportamento de acordo com a construção
- 15.5.6. Tecnologia e maquinário para obtê-los

15.6. Acabamentos têxteis

- 15.6.1. Acabamentos físicos
- 15.6.2. Acabamentos químicos
- 15.6.3. Resistência dos tecidos
- 15.6.4. O *pilling*
- 15.6.5. Mudança dimensional dos tecidos

15.7. Tinturaria

- 15.7.1. Pré-tratamentos
- 15.7.2. Tinturaria
- 15.7.3. Máquinas
- 15.7.4. Insumos
- 15.7.5. Branqueamento óptico
- 15.7.6. A cor

15.8. Estampagem

- 15.8.1. Estampagem direta
 - 15.8.1.1. Estampagem em bloco
 - 15.8.1.2. Estampagem com rolo
 - 15.8.1.3. Estampagem com termotransferência
 - 15.8.1.4. Serigrafia
 - 15.8.1.5. Estampagem com urdume
 - 15.8.1.6. Estampagem por corrosão
- 15.8.2. Estampagem de reserva
 - 15.8.2.1. *Batik*
 - 15.8.2.2. Tingimento amarrado
- 15.8.3. Outros tipos de estampagem
 - 15.8.3.1. Estampagem diferencial
 - 15.8.3.2. Eletrostático policromado

15.9. Tecidos técnicos e inteligentes

- 15.9.1. Definição e análise
- 15.9.2. Aplicações dos tecidos
- 15.9.3. Novos materiais e tecnologias

15.10. Couro, peles e outros

- 15.10.1. A pele e o couro
- 15.10.2. Classificação do couro
- 15.10.3. Processo de curtimento
- 15.10.4. Tratamento pós curtimento

- 15.10.5. Processo tecnológico de curtimento
- 15.10.6. Métodos de conservação
- 15.10.7. Couro sintético
- 15.10.8. Debate: couro natural ou sintético

Módulo 16. Sistemas de representação aplicados à moda

- 16.1. Introdução ao desenho técnico na moda
 - 16.1.1. Como e quando os desenhos técnicos são utilizados?
 - 16.1.2. Como criar um desenho técnico para a moda?
 - 16.1.3. Desenho a partir de uma peça de roupa física
 - 16.1.4. Padrões dos técnicos de moda
- 16.2. Preparação do documento
 - 16.2.1. Preparação do documento para o desenho técnico
 - 16.2.2. Manequim de base anatômica
 - 16.2.3. Cor, textura e estampados
- 16.3. Roupas inferiores
 - 16.3.1. Saias
 - 16.3.2. Calças
 - 16.3.3. Meios
- 16.4. Roupas superiores
 - 16.4.1. Camisas
 - 16.4.2. Camisetas
 - 16.4.3. Casacos de cintura
 - 16.4.4. Jaquetas
 - 16.4.5. Casacos
- 16.5. Roupas íntimas
 - 16.5.1. Sutiã
 - 16.5.2. Calcinhas
 - 16.5.3. Tangas
- 16.6. Detalhes do modelo
 - 16.6.1. Decote
 - 16.6.2. Colarinhos
 - 16.6.3. Mangas
 - 16.6.4. Punhos
 - 16.6.5. Bolsos
- 16.7. Detalhes do desenho
 - 16.7.1. Detalhes de construção
 - 16.7.2. Detalhes do desenho decorativo
 - 16.7.3. Pregas
 - 16.7.4. Costuras
 - 16.7.5. Pontos
 - 16.7.6. Bainhas
- 16.8. Fechos de roupa
 - 16.8.1. Zíperes
 - 16.8.2. Botões
 - 16.8.3. Colchetes
 - 16.8.4. Fitas
 - 16.8.5. Nós
 - 16.8.6. Ilhós
 - 16.8.7. Velcro
 - 16.8.8. Ilhós
 - 16.8.9. Laços
 - 16.8.10. Pinos
 - 16.8.11. Rebites
 - 16.8.12. Anéis
 - 16.8.13. Fivelas

- 16.9. Complementos
 - 16.9.1. Bolsas
 - 16.9.2. Óculos
 - 16.9.3. Calçados
 - 16.9.4. Joalheria
- 16.10. A ficha técnica
 - 16.10.1. Exportação do desenho técnico
 - 16.10.2. Informação da ficha técnica
 - 16.10.3. Modelos e tipos de fichas técnicas
 - 16.10.4. Preenchimento da ficha técnica

Módulo 17. Design de Moda

- 17.1. Metodologia do design de moda
 - 17.1.1. O conceito de um projeto de moda
 - 17.1.2. Metodologia de projeto aplicada à moda
 - 17.1.3. Métodos de pesquisa em design de moda
 - 17.1.4. O *Briefing* ou demanda de design
 - 17.1.5. Documentação
 - 17.1.6. Análise da moda atual
 - 17.1.7. Formalização de ideias
- 17.2. Processos criativos aplicados ao design de moda
 - 17.2.1. O caderno de campo
 - 17.2.2. O *moodboard*
 - 17.2.3. Pesquisa gráfica
 - 17.2.4. Técnicas criativas
- 17.3. Referências
 - 17.3.1. Moda comercial
 - 17.3.2. Moda criativa
 - 17.3.3. Moda de palco
 - 17.3.4. Moda corporativa
- 17.4. Conceito da coleção
 - 17.4.1. Funcionalidade da peça de vestuário
 - 17.4.2. O vestuário como mensagem
 - 17.4.3. Conceitos ergonômicos
- 17.5. Códigos estilísticos
 - 17.5.1. Códigos estilísticos permanentes
 - 17.5.2. Códigos estilísticos estacionários
 - 17.5.3. Busca de marca pessoal
- 17.6. Desenvolvimento da coleção
 - 17.6.1. Marco teórico
 - 17.6.2. Contexto
 - 17.6.3. Pesquisa
 - 17.6.4. Referências
 - 17.6.5. Conclusões
 - 17.6.6. Representação da coleção
- 17.7. Estudo técnico
 - 17.7.1. Carta têxtil
 - 17.7.2. Tabela de cores
 - 17.7.3. O vidro
 - 17.7.4. A ficha técnica
 - 17.7.5. O protótipo
 - 17.7.6. Escândalo
- 17.8. Projetos interdisciplinares
 - 17.8.1. O desenho
 - 17.8.2. O desenho
 - 17.8.3. A costura
- 17.9. Produção de uma coleção
 - 17.9.1. Do esboço ao desenho técnico
 - 17.9.2. Oficinas de artesanato
 - 17.9.3. Novas tecnologias

- 17.10. Estratégias de comunicação e apresentação
 - 17.10.1. Fotografia de Moda: *Lookbook*, editorial e campanha
 - 17.10.2. O portfólio
 - 17.10.3. A passarela
 - 17.10.4. Outras formas de exibir a coleção

Módulo 18. Sustentabilidade na Moda

- 18.1. Metodologia do design de moda
 - 18.1.1. A cadeia de suprimentos
 - 18.1.2. Aspectos principais
 - 18.1.3. Desenvolvimento da moda sustentável
 - 18.1.4. O futuro da moda
- 18.2. O ciclo de vida de um vestuário
 - 18.2.1. Refletir sobre o ciclo de vida
 - 18.2.2. Atividades e impacto
 - 18.2.3. Ferramentas e modelos de avaliação
 - 18.2.4. Estratégias de design sustentável
- 18.3. Normas de qualidade e segurança na indústria têxtil
 - 18.3.1. Qualidade
 - 18.3.2. Rotulagem
 - 18.3.3. Segurança de vestuário
 - 18.3.4. Inspeções de consumo
- 18.4. Obsolescência programada
 - 18.4.1. A obsolescência programada e os resíduos de aparelhos elétricos e eletrônicos
 - 18.4.2. A extração de recursos
 - 18.4.3. A geração de resíduos
 - 18.4.4. A reciclagem e a reutilização de resíduos eletrônicos
 - 18.4.5. O consumo responsável
- 18.5. Design Sustentável
 - 18.5.1. Design das peças de roupa
 - 18.5.2. Design com empatia
 - 18.5.3. Seleção de tecidos, materiais e técnicas
 - 18.5.4. Uso de monomateriais
- 18.6. Produção sustentável
 - 18.6.1. Padrões e modelagem
 - 18.6.2. Técnicas de resíduo zero
 - 18.6.3. Construção
 - 18.6.4. Design para durar
- 18.7. Distribuição sustentável
 - 18.7.1. Fornecedores e produtores
 - 18.7.2. O compromisso com as comunidades locais
 - 18.7.3. Vendas
 - 18.7.4. Design de acordo com a necessidade
 - 18.7.5. Design de moda inclusiva
- 18.8. Uso sustentável do vestuário
 - 18.8.1. Padrões de uso
 - 18.8.2. Como reduzir a lavagem?
 - 18.8.3. Consertos e manutenção
 - 18.8.4. Design para ajustes
 - 18.8.5. Design de vestuário modular
- 18.9. Reciclagem
 - 18.9.1. Reutilização e remanufatura
 - 18.9.2. Reavaliação
 - 18.9.3. Reciclagem de materiais
 - 18.9.4. Produção em ciclo fechado

- 18.10. Design de moda sustentável
 - 18.10.1. *Katharine Hamnett*
 - 18.10.2. *Stella McCartney*
 - 18.10.3. *Annika Matilda Wendelboe*
 - 18.10.4. *Susan Dimasi*
 - 18.10.5. *Isabell de Hillerin*

Módulo 19. História da Moda

- 19.1. Do vestuário à moda
 - 19.1.1. Novo contexto e mudança social
 - 19.1.2. A libertação da mulher
 - 19.1.3. Novo conceito de designer de moda
 - 19.1.4. Início do século 20
- 19.2. O vestuário moderno
 - 19.2.1. O vestuário moderno
 - 19.2.2. A ascensão dos estilistas americanos
 - 19.2.3. O cenário londrino
 - 19.2.4. Nova York na década de 1970
 - 19.2.5. A moda dos anos 80
 - 19.2.6. Grupos de luxo multi-marcas
 - 19.2.7. Moda funcional
 - 19.2.8. *Activewear*
 - 19.2.9. A moda, a arte e a cultura pop
 - 19.2.10. *Celebridades*
 - 19.2.11. Fotografia e internet
- 19.3. Grandes mestres da moda
 - 19.3.1. *Jeanne Lanvin*
 - 19.3.2. *Jeanne Paquin*
 - 19.3.3. *Emilie Flöge*
 - 19.3.4. *Madeleine Vionnet*
 - 19.3.5. *Gabrielle Chanel*
 - 19.3.6. *Elsa Schiaparelli*
 - 19.3.7. *Carolina Herrera*
- 19.4. Grandes mestres da moda
 - 19.4.1. *Charles Frederick Worth*
 - 19.4.2. *Jacques Doucet*
 - 19.4.3. *Paul Poiret*
 - 19.4.4. *Cristóbal Balenciaga*
 - 19.4.5. *Christian Dior*
 - 19.4.6. *Karl Lagerfeld*
 - 19.4.7. *Alexander McQueen*
- 19.5. *Haute Couture*
 - 19.5.1. História da *Haute Couture*
 - 19.5.2. Federação de Alta Costura e Moda
 - 19.5.3. Membros da federação
 - 19.5.4. De *Haute Couture* a *Prêt-à-porter*
- 19.6. Artesanato
 - 19.6.1. A tecelagem como arte
 - 19.6.2. Artesanato que complementa o vestuário
 - 19.6.3. Artistas e artesãos relacionados com a moda
- 19.7. *Fast-Fashion*
 - 19.7.1. História e origem do *Fast-Fashion*
 - 19.7.2. Modelo de negócio do *Fast-Fashion*
 - 19.7.3. Impacto do *Fast-Fashion* no mundo
- 19.8. Publicidade e fotografia de moda
 - 19.8.1. Arquétipos e estereótipos
 - 19.8.2. A imagem da moda
 - 19.8.3. Comunicação visual da moda
 - 19.8.4. Os grandes fotógrafos de moda
- 19.9. Impacto da moda
 - 19.9.1. A indústria têxtil
 - 19.9.2. A relação entre arte e moda
 - 19.9.3. Moda e sociedade
- 19.10. Teoria e crítica da moda
 - 19.10.1. Os estilistas atuais e sua influência
 - 19.10.2. Tendências atuais
 - 19.10.3. A banalização da moda

Módulo 20. Design de moda avançado

- 20.1. Mercados para a moda
 - 20.1.1. A moda feminina
 - 20.1.2. Mercados de moda
 - 20.1.3. Mercados especializados
- 20.2. As temporadas
 - 20.2.1. As temporadas
 - 20.2.2. O ciclo da moda
 - 20.2.3. Tendências da moda
 - 20.2.4. Análise de tendências
 - 20.2.5. Desenvolvimento do projeto
- 20.3. Pesquisa criativa
 - 20.3.1. Inspiração
 - 20.3.2. O caderno de campo
 - 20.3.3. Os materiais
 - 20.3.4. O *Moodboard*
- 20.4. Desenvolvimento e técnicas
 - 20.4.1. Estratégias de desenvolvimento
 - 20.4.2. Elementos do design
 - 20.4.3. Técnicas de construção
 - 20.4.4. Técnicas de desenvolvimento
 - 20.4.5. Argumentação da coleção
- 20.5. Design de Moda
 - 20.5.1. Como é o design de moda?
 - 20.5.2. A confecção
 - 20.5.3. A indústria da moda
 - 20.5.4. A coleção de moda
 - 20.5.5. Corte, costura e acabamento
- 20.6. Acessórios de moda
 - 20.6.1. Definição de acessório
 - 20.6.2. Acessórios mais usados nas coleções
 - 20.6.3. Indústria e acessórios

- 20.7. Como apresentar o projeto?
 - 20.7.1. Apresentação de moda
 - 20.7.2. Apresentação de uma coleção
 - 20.7.3. Estilismo de moda
- 20.8. Onde e quando apresentar o projeto?
 - 20.8.1. O calendário da moda
 - 20.8.2. A imprensa da moda
 - 20.8.3. Editoriais de moda
 - 20.8.4. Feiras e eventos
- 20.9. Estratégias de comunicação de projetos
 - 20.9.1. Segundas linhas
 - 20.9.2. Ampliação da coleção
 - 20.9.3. Praticidade
- 20.10. O design e a empresa
 - 20.10.1. Empreendedorismo na moda
 - 20.10.2. O *branding*
 - 20.10.3. Marketing como promoção
 - 20.10.4. Direitos autorais

Módulo 21. História da Indumentária

- 21.1. Pré-história
 - 21.1.1. Introdução
 - 21.1.2. As civilizações pré-históricas
 - 21.1.3. O comércio na época pré-histórica
 - 21.1.4. O traje pré-histórico
 - 21.1.5. Peles e artigos de pêlo
 - 21.1.6. Os tecidos e as técnicas
 - 21.1.7. As concordâncias cronológicas e as semelhanças no traje pré-histórico
- 21.2. Idade Antiga: Egito e Mesopotâmia
 - 21.2.1. Egito
 - 21.2.2. O povo assírio
 - 21.2.3. O povo persa

- 21.3. Idade Antiga: a Grécia Clássica
 - 21.3.1. Vestuário Cretan
 - 21.3.2. Os têxteis utilizados na Grécia Antiga
 - 21.3.3. As roupas da Grécia Antiga
 - 21.3.4. Roupas íntimas da Grécia Antiga
 - 21.3.5. Calçados da Grécia Antiga
 - 21.3.6. Chapéus e cocares da Grécia Antiga
 - 21.3.7. Cores e decorações da Grécia Antiga
 - 21.3.8. Acessórios da Grécia Antiga
- 21.4. Idade Antiga: o Império Romano
 - 21.4.1. Os tecidos da Roma Antiga
 - 21.4.2. As vestes da Roma Antiga
 - 21.4.3. Roupas íntimas da Roma Antiga
 - 21.4.4. Calçados da Roma Antiga
 - 21.4.5. Chapéus e cocares da Roma Antiga
 - 21.4.6. Relação de status social e vestuário na Roma Antiga
 - 21.4.7. O estilo bizantino
- 21.5. Alta Idade Média e Baixa Idade Média
 - 21.5.1. Características históricas gerais do período medieval
 - 21.5.2. O vestuário no início do período medieval
 - 21.5.3. O vestuário no período carolíngio
 - 21.5.4. O vestuário na época românica
 - 21.5.5. O vestuário gótico
- 21.6. A Era Moderna: Renascentista, Barroco e Rococó
 - 21.6.1. Século XV e XVI: Renascimento
 - 21.6.2. Século XVII: O Barroco
 - 21.6.3. Século XVIII: Rococó
- 21.7. Idade Contemporânea: Neoclassicismo e Romantismo
 - 21.7.1. A indústria da Indumentária
 - 21.7.2. *Charles Fréderick Worht*
 - 21.7.3. *Jacquet Doucet*
 - 21.7.4. A indumentária feminina
 - 21.7.5. Josefina Bonaparte: o estilo império

- 21.8. Idade Contemporânea: Era Vitoriana e Belle Époque
 - 21.8.1. A Rainha *Vitória*
 - 21.8.2. A indumentária masculina
 - 21.8.3. *Dandy*
 - 21.8.4. *Paul Poiret*
 - 21.8.5. Madeleine Vionnet
- 21.9. Era Contemporânea: da indumentária à moda
 - 21.9.1. Novo contexto e mudança social
 - 21.9.2. Designers de moda
 - 21.9.3. *Coco Chanel*
 - 21.9.4. *O New look*
- 21.10. A era contemporânea: o século dos estilistas e a moda
 - 21.10.1. O vestuário moderno
 - 21.10.2. A ascensão dos estilistas americanos
 - 21.10.3. A cena londrina

Módulo 22. Padronagem masculina

- 22.1. A evolução da moda masculina
 - 22.1.1. Contexto social e histórico da moda masculina
 - 22.1.2. A renúncia à ornamentação e a reconquista dos direitos da moda
 - 22.1.3. História da alfaiataria
- 22.2. O vestuário masculino
 - 22.2.1. Tipos de roupas e variações
 - 22.2.2. O acessório masculino
 - 22.2.3. Análise e comunicação da marca
 - 22.2.4. Tendências atuais
- 22.3. Estudo das morfologias masculinas
 - 22.3.1. Evolução do corpo masculino
 - 22.3.2. Estudo do corpo masculino
 - 22.3.3. Tipologia do corpo masculino
- 22.4. Molde da camisa
 - 22.4.1. Medidas
 - 22.4.2. Traço
 - 22.4.3. Variações



- 22.5. Molde de calças
 - 22.5.1. Medidas
 - 22.5.2. Traço
 - 22.5.3. Variações
- 22.6. Esboço do casaco
 - 22.6.1. Medidas
 - 22.6.2. Traço
 - 22.6.3. Variações
- 22.7. Desenhos de lapela do casaco
 - 22.7.1. Medidas
 - 22.7.2. Traço
 - 22.7.3. Variações
- 22.8. Molde do colete
 - 22.8.1. Medidas
 - 22.8.2. Traço
 - 22.8.3. Variações
- 22.9. O casaco masculino
 - 22.9.1. Medidas
 - 22.9.2. Traço
 - 22.9.3. Variações
- 22.10. Alfaiataria tradicional
 - 22.10.1. Materiais
 - 22.10.2. Forrado
 - 22.10.3. Montagem
 - 22.10.4. Costura

06

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o **New England Journal of Medicine**.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“

Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira”

Através de atividades de colaboração e casos reais, o aluno aprenderá a resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

O método do caso é o sistema de aprendizagem mais utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os alunos de Direito pudessem aprender a lei não apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar situações reais e complexas para que os alunos tomassem decisões e justificassem como resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todo o conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, entre todas as universidades online do mundo, alcançamos os melhores resultados de aprendizagem.

Na TECH você aprenderá com uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é uma das únicas que possui a licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral dos nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650 mil graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um corpo discente com um perfil socioeconômico médio-alto e uma média de idade de 43,5 anos.

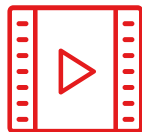
O Relearning permitirá uma aprendizagem com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais em sua especialização, desenvolvendo o espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões: uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos como organizar informações, ideias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto onde o aluno desenvolve sua prática profissional.



Neste programa, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para os profissionais:



Material de estudo

Todo o conteúdo foi criado especialmente para o curso pelos especialistas que irão ministrá-lo, o que faz com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso, com as técnicas mais inovadoras que proporcionam alta qualidade em todo o material que é colocado à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O “Learning from an expert” fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro



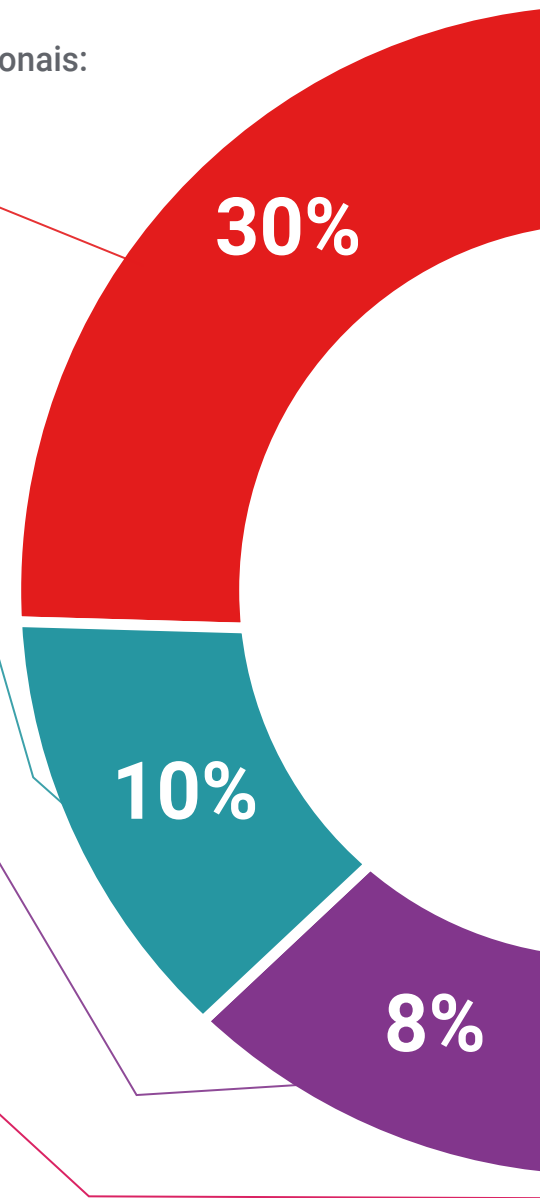
Práticas de habilidades e competências

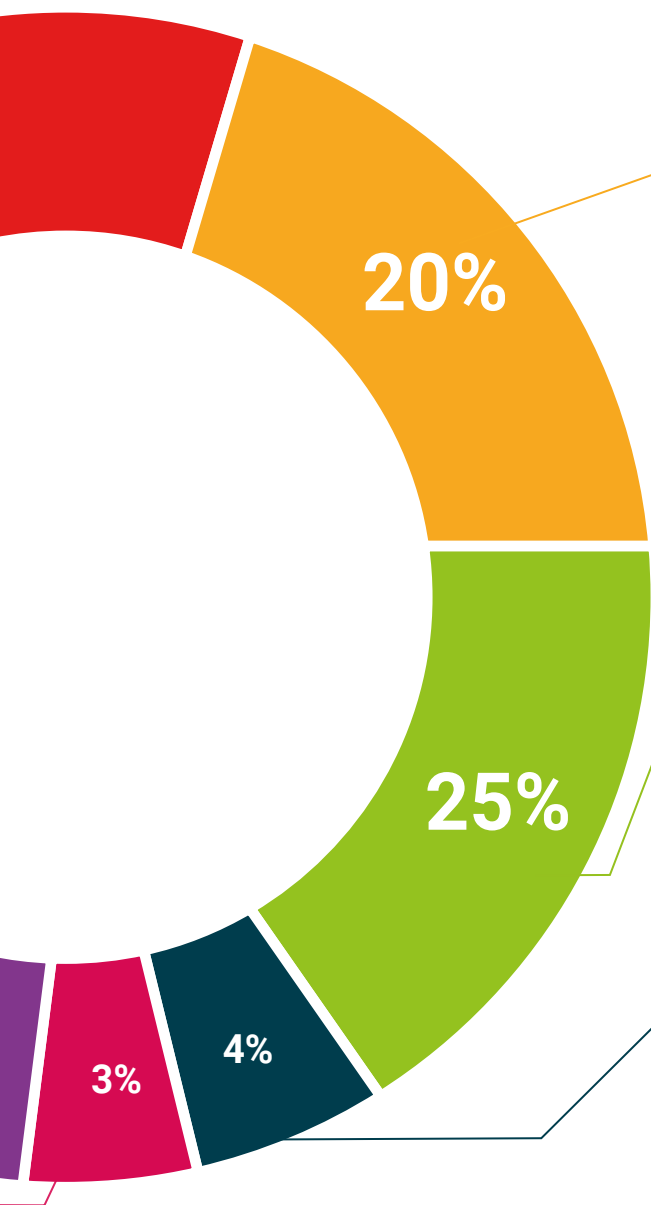
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especialmente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais para consolidar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa"



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o conhecimento do aluno ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



07

Certificado

O Advanced Master em Design de Moda Integral garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Advanced Master emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

*Conclua este programa de estudos
com sucesso e receba o seu certificado
sem sair de casa e sem burocracias”*

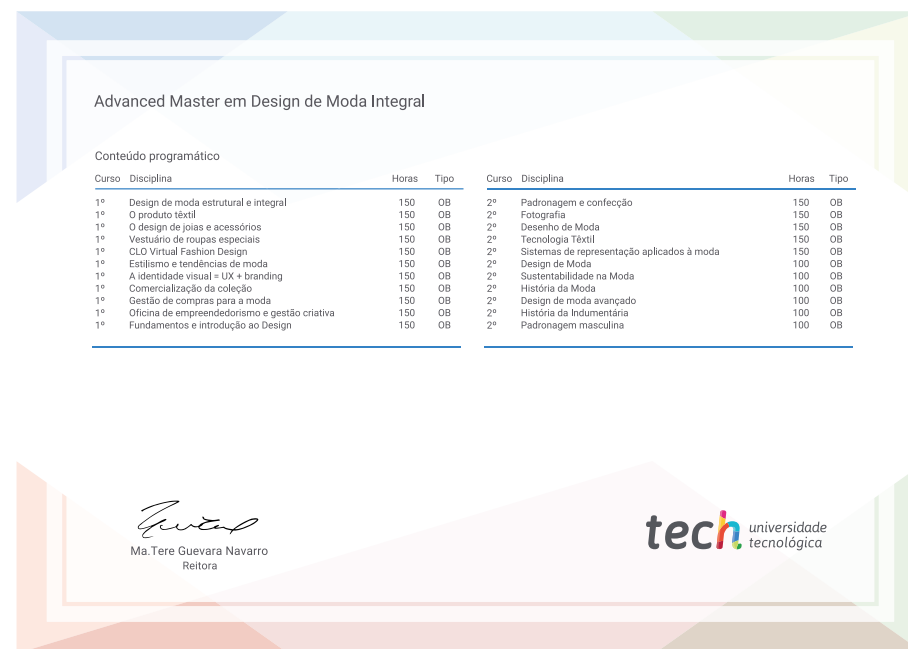
Este **Advanced Master em Design de Moda Integral** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Advanced Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Advanced Master, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Advanced Master em Design de Moda Integral**

N.º de Horas Oficiais: **3.000h**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compreensão
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento sistemas

tech universidade
tecnológica

Advanced Master
Design de Moda Integral

- » Modalidade: online
- » Duração: 2 años
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Advanced Master

Design de Moda Integral

