

Weiterbildender Masterstudiengang Integrales Modedesign





tech technologische
universität

Weiterbildender Masterstudiengang Integrales Modedesign

- » Modalität: online
- » Dauer: 2 Jahre
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitude.com/de/design/weiterbildender-masterstudiengang/weiterbildender-masterstudiengang-integrales-modedesign

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 16

04

Kursleitung

Seite 20

05

Struktur und Inhalt

Seite 28

06

Methodik

Seite 52

07

Qualifizierung

Seite 60

01

Präsentation

Neue gesellschaftliche Gewohnheiten haben die Mode zu einem der wichtigsten kulturellen Elemente unserer Zeit gemacht. So ist die visuelle Ästhetik Teil der Identität des Einzelnen und dies spiegelt sich auch auf kommerzieller Ebene wider, da das Design dieser Produkte für alle Arten von Unternehmen immer wichtiger wird. Aus diesem Grund sind die großen Marken auf der Suche nach Designern, die ihnen neue Perspektiven bieten, mit denen sie überraschen und sich abheben können. Dieses Programm bietet Fachleuten die Möglichkeit, tiefer in diesen Bereich einzutauchen und sich auf das Entwerfen aller Arten von Kleidungsstücken vorzubereiten, wobei der Schwerpunkt sowohl auf der Herren- als auch auf der Damenmode liegt. All dies basiert auf einem 100%igen Online-Unterrichtssystem.



“

Sie träumen davon, Ihre Entwürfe auf den Laufstegen von Paris, Mailand oder New York zu sehen, und dieses Programm wird Ihnen alles bieten, was Sie dafür brauchen"

Die Mode entwickelt sich ständig weiter, angetrieben von kreativen Genies, die schon Jahre im Voraus wissen, was die nächsten Trends sein werden. Der Einfluss dieser Menschen ist enorm, da die Bedeutung von Design, Kleidung und Stoffen auf sozialer und kultureller Ebene immer wichtiger wird. Kurz gesagt, Millionen von Menschen definieren sich zu einem großen Teil über ihr Aussehen, und Kleidung hat in diesem Bereich ein enormes Gewicht.

Aus diesem Grund sind die großen Textilunternehmen und die renommiertesten Designhäuser ständig auf der Suche nach den nächsten Stars des Designs, die nicht nur alle Schneidertechniken und Arbeitsmethoden beherrschen, sondern auch eine neue Vision und einen revolutionären Stil in ihre Kleidungsstücke einbringen können. Dieser Weiterbildende Masterstudiengang wurde daher unter diesem Gesichtspunkt entwickelt, denn er bietet den Studenten alles, was sie brauchen, um in dieser wettbewerbsorientierten und aufregenden Welt bestehen zu können.

Zu diesem Zweck werden den Studenten die besten Kenntnisse in Bereichen wie Bekleidungsdesign, Schmuck- und Accessoire-Design, Marketing einer Kollektion, die besten Schnittmuster- und Schneidertechniken, sowohl für Männer als auch für Frauen, Modedesign, Textiltechnologie und Bekleidungs geschichte, neben vielen anderen, vermittelt.

Der Designer kann also dank dieses Programms, das durch ein 100%iges Online-Lernsystem speziell für Berufstätige entwickelt wurde, zu einer führenden Kraft in diesem Bereich werden. Sie werden außerdem von den besten Dozenten begleitet, die die Studenten mit Hilfe zahlreicher multimedialer Ressourcen anleiten: Videos, Meisterklassen, interaktive Zusammenfassungen und alle Arten ergänzender Lektüre.

Dieser **Weiterbildender Masterstudiengang in Integrales Modedesign** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Design und Mode präsentiert werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll wissenschaftliche und praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ♦ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ♦ Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden im integralen Modedesign
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Die großen Designhäuser sind auf der Suche nach den neuen Stars der Mode: Sie könnten einer von ihnen sein“

“

Dieses Programm bietet nicht nur einen Einblick in die Geschichte und Technik des Modedesigns, sondern gibt Ihnen auch eine großartige kreative Vision, um Ihre Kleidungsstücke zu verbessern"

Zu den Dozenten gehören Fachleute aus dem Bereich Design, die ihre Erfahrungen in dieses Programm einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, ermöglichen den Fachleuten ein situiertes und kontextbezogenes Lernen, d.h. eine simulierte Umgebung, die ein immersives Studium ermöglicht, das auf die Fortbildung in realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Design dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Lehrkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen der Berufspraxis zu lösen, die während des Programms gestellt werden. Zu diesem Zweck steht der Fachkraft ein innovatives interaktives Videosystem zur Verfügung, das von anerkannten Experten entwickelt wurde.

Das 100%ige Online-System von TECH ermöglicht es Ihnen, in Ihrem eigenen Tempo zu studieren, ohne Ihr tägliches Leben zu unterbrechen und ohne an starre Zeitpläne gebunden zu sein.

Ihnen stehen die besten Studienmittel zur Verfügung, unterrichtet von einem Dozententeam, das auf dem Gebiet der Mode großes Ansehen genießt.



02 Ziele

Das Hauptziel dieses Weiterbildenden Masterstudiengangs in Integrale Modedesign ist es, den Fachleuten alle notwendigen Werkzeuge an die Hand zu geben, um eine führende Persönlichkeit in diesem wichtigen künstlerischen Bereich zu werden. Zu diesem Zweck wurde ein angesehenes Dozententeam zusammengestellt, das die vollständigsten und aktuellsten Inhalte vorbereitet hat und den Studenten eine flexible Studienmethode bietet, die sich an ihre persönlichen Umstände anpasst.





“

Dieser Weiterbildende Masterstudiengang integriert alle notwendigen Inhalte, um Design auf höchstem Niveau zu realisieren“



Allgemeine Ziele

- ◆ Entwicklung virtueller Fähigkeiten für das neue Modeumfeld, Verwaltung aktueller Codes und Förderung eines kreativen und künstlerischen Geistes
- ◆ Ausarbeitung eines professionellen Designprojekts mit der Fähigkeit zur globalen Wirkung auf der Grundlage neuer Möglichkeiten
- ◆ Design mit Bewusstsein für den Einsatz von Materialien, dank eines umfassenden Wissens über die Verwendung von Stoffen
- ◆ Beweglichkeit und Flexibilität, um Veränderungen mit einer interdisziplinären Perspektive zu begegnen
- ◆ Die Verbindung zwischen der imaginären Welt und der realen Welt materialisieren
- ◆ Erwerb detaillierter Kenntnisse über Modedesign und dessen Entwicklung, die für die Arbeit von Fachleuten, die sich in diesem Bereich weiterentwickeln möchten, von Bedeutung sind
- ◆ Entwürfe auf Papier und mit digitalen Techniken zu erstellen, die das entworfene Design widerspiegeln
- ◆ Anwendung von Schnittmustern und Schneidertechniken zur Herstellung von Kleidungsstücken und Accessoires
- ◆ Erfolgreiche Modeprojekte entwerfen
- ◆ Etwas über Modefotografie lernen, um das Beste aus den erstellten Kollektionen zu machen
- ◆ Die Entwicklung der genauen Fähigkeiten, die es den Studenten ermöglichen, großartige Herrenmode-Designer zu werden, entweder durch ihre eigene Firma oder durch die Arbeit für führende Unternehmen und Marken in diesem Sektor
- ◆ Projekte für Herrenmode entwerfen, die bei der Öffentlichkeit Anklang finden





Spezifische Ziele

Modul 1. Strukturelles und ganzheitliches Modedesign

- ◆ Konzepte entwerfen und sie visuell darstellen
- ◆ Die Struktur der menschlichen Figur genau zu kennen, um die Funktion des Kleidungsstücks zu vermitteln
- ◆ Das Wissen, wie man mit traditionellen Techniken umgeht, zusammen mit den technologischen Werkzeugen, die es Ihnen ermöglichen, ein Muster zu skizzieren, fast ohne eine grafische Vorstellung zu haben

Modul 2. Das Textilprodukt

- ◆ Die Struktur der Silhouette und die Maße eingehend studieren
- ◆ Die Grundlagen des Designs von Kleidungsstücken und Accessoires kennen
- ◆ Die entworfenen Produkte testen

Modul 3. Das Design von Schmuck und Accessoires

- ◆ Konzeption und Design einer Accessoire-Kollektion auf professionellem Niveau und Sicherstellung ihrer Realisierbarkeit
- ◆ Entwicklung eines technischen und handwerklichen Musters mit besonderem Augenmerk auf die Auswahl der Materialien
- ◆ Erwerb von Fachkenntnissen über Edelsteine und Schmucksteine, aber auch über branchenspezifische digitale Tools

Modul 4. Kleidung für besondere Anlässe

- ◆ Erfahren, wie man Kostüme für Kino, Theater und Fernsehen entwirft
- ◆ In der Lage sein, Sportkollektionen zu erstellen, die die Öffentlichkeit ansprechen
- ◆ Spezialisierung auf Haute Couture-Kleidung

Modul 5. CLO Virtual Fashion Design

- ◆ Verschiedene 2D- und 3D-Design-Tools verwenden
- ◆ Das Programm CLO Virtual Fashion in allen Einzelheiten kennen und handhaben können
- ◆ Wissen, wie man digitale Kostüme für Videospiele entwirft

Modul 6. Styling und Trends in der Mode

- ◆ Wissen, wie man einen vorausschauenden Trendbericht erstellt, der die Risiken minimiert und die Ressourcen der Designer optimiert
- ◆ Die neuen Modetrends und den Lebensstil der Verbraucher kennen, um Designs zu entwerfen, die Interesse wecken

Modul 7. Visuelle Identität = UX + Branding

- ◆ Entwicklung künstlerischer Kreativität durch wissenschaftliche Analyse von Daten
- ◆ Denken lernen durch Hinterfragen und Analysieren von modischen Variablen
- ◆ Vorhersage von Modetrends durch Identifizierung von Verhaltensmustern, Konstruktion von Tatsachenfolgen und Übersetzung in ein Darstellungsschema
- ◆ Die wichtigsten *Data Science*-Tools und -Programme beherrschen, verstehen, was künstliche Intelligenz ist und wozu sie dient, und wann sie eingesetzt werden sollte
- ◆ Die Funktionsweise von Programmiersprachen verstehen und sich mit ihnen vertraut machen
- ◆ Entwicklung des Einsatzes und der Praxis der wichtigsten technologischen Instrumente des digitalen Modemarketings, Anwendung wesentlicher und spezifischer Metriken zur Bewertung der Entscheidungsfindung in einer Innovationsabteilung
- ◆ Aufbauen einer repräsentativen, exponentiell wachsenden Identität für eine Modemarke, indem Sie eine lebendige Storyline erstellen
- ◆ Nachahmung der Funktionsweise der technologischen Hilfsmittel in den meisten Bereichen, die die Mode ausmachen: Kosmetik, Schmuck, Kleidung und Schuhe

Modul 8. Kommerzialisierung der Sammlung

- ◆ Ein angemessenes Image der Marke oder der Kollektion vermitteln können
- ◆ Die Sammlungen der Öffentlichkeit auf attraktive und kohärente Weise präsentieren
- ◆ Wissen, wie man Modeveranstaltungen koordiniert und die Verwendung nachhaltiger Kleidungsstücke fördert

Modul 9. Management des Modeeinkaufs

- ◆ Erfahren, wie man die einzelnen Prozesse bei der Vermarktung eines Kleidungsstücks verwaltet
- ◆ Eine gründliche Analyse durchführen, um die Kaufabsichten des Kunden zu verstehen
- ◆ Beschaffung der meistverkauften Produkte bevor der *Stock* aufgebraucht ist
- ◆ Die Beherrschung der technologischen Tools, die die Grundlage für *Big Data* bilden und die es Ihnen ermöglichen, sich durch kürzere Vorlaufzeiten einen Vorteil gegenüber Ihren Mitbewerbern zu verschaffen

Modul 10. Workshop über Unternehmertum und kreatives Management

- ◆ Entwicklung erfolgreicher Ideen mit einem differenzierten Wertangebot durch die verschiedenen Geschäftsmodelle, die es in der Modebranche gibt
- ◆ Entwicklung von Analysekapazitäten und Marktvisionen, die den Aufbau eines konsistenten und dauerhaften Markenökosystems ermöglichen
- ◆ Die Vermarktung des unterschiedlichen Werts einer Modemarke dank der Entwicklung einer kreativen und innovativen Einstellung
- ◆ Mit einer Vision für die Zukunft neue Perspektiven auf den internationalen Designmarkt bringen
- ◆ Anwenden von reflektierendem Denken auf konkrete Handlungen und Kreativität zu einem transformierenden Wert machen, indem man den aktuellen Wandel anführt





Modul 11. Grundlagen und Einführung in das Design

- ◆ Die Grundlagen des Designs kennen, sowie die Referenzen, Stile und Bewegungen, die es von seinen Anfängen bis heute geprägt haben
- ◆ Verbinden und korrelieren Sie die verschiedenen Designbereiche, Anwendungsgebiete und Berufszweige
- ◆ Die Auswahl der geeigneten Projektmethodik für jeden einzelnen Fall
- ◆ Die Prozesse der Ideenfindung, Kreativität und des Experimentierens kennen und wissen, wie man sie auf Projekte anwendet
- ◆ Sprache und Semantik in den Ideenfindungsprozess eines Projekts integrieren und sie mit den Zielen und Werten des Projekts in Verbindung bringen

Modul 12. Schnittmusterherstellung und Schneiderei

- ◆ Wissen über die Entwicklung und Darstellung eines Musters
- ◆ Das Erlernen der selbstständigen Erstellung von Mustern aller Art
- ◆ Die Grundlagen des Nähens kennen
- ◆ Die Arten von Werkzeugen und Maschinen zu unterscheiden, die bei der Herstellung von Kleidungsstücken verwendet werden
- ◆ Textilien und ihre Hauptverwendung identifizieren
- ◆ Entwicklung praktischer Forschungsmethoden für die kreative Gestaltung von Kleidungsstücken

Modul 13. Fotografie

- ◆ Grundlegendes Verständnis von Fotokameras
- ◆ Die Software zum Entwickeln und Bearbeiten von Fotos kennen
- ◆ Den Wortschatz und die grundlegenden Konzepte der visuellen und audiovisuellen Sprache beherrschen und verstehen
- ◆ Kritische Analyse von Bildern unterschiedlicher Art
- ◆ Verwaltung von Ressourcen und Quellen im Zusammenhang mit dem Thema

Modul 14. Modeillustration

- ♦ Die menschliche Anatomie und die wichtigsten Merkmale der menschlichen Anatomie zu verstehen, um sie in der Modefigur darstellen zu können
- ♦ Den Kanon des menschlichen Körpers kennen, um die Modefigur zu stylen
- ♦ Die wichtigsten Bereiche des menschlichen Körpers bei der Verwirklichung einer Modefigur erschöpfend analysieren und unterscheiden
- ♦ Die Techniken der graphisch-plastischen Darstellung in der Modeillustration unterscheiden
- ♦ Den persönlichen Stil in der Modefigur als unverwechselbares Markenzeichen des Modedesigners suchen

Modul 15. Textiltechnik

- ♦ Identifizierung verschiedener Arten von Textilfasern
- ♦ Auswahl eines Textilmaterials für ein bestimmtes Design nach seinen Eigenschaften
- ♦ Kenntnis der Färbetechniken
- ♦ Beherrschung der Bänder, um zu wissen, wie man sie bei der täglichen Arbeit einsetzt
- ♦ Die Eigenschaften der verschiedenen Materialien und die Techniken für ihre Bearbeitung und Verarbeitung kennen
- ♦ Die wichtigsten Textildrucktechniken kennen

Modul 16. Repräsentationssysteme in der Mode

- ♦ Die beruflichen Anwendungskontexte des modetechnischen Zeichnens unterscheiden und die Nützlichkeit der Merkmale dieser Darstellungsart verstehen
- ♦ Wissen, wie man flache Zeichnungen von Kleidungsstücken anfertigt
- ♦ Verständnis dafür, wie man flache Zeichnungen von Kleidungsstücken anfertigt, die dem Schnittmusterverantwortlichen und dem Konfektionär die Eigenschaften der einzelnen Modelle vermitteln
- ♦ Wissen, wie man verschiedene Modeaccessoires darstellt
- ♦ Wissen, wie man ein sehr aussagekräftiges technisches Datenblatt erstellt

Modul 17. Modedesign

- ♦ Die verschiedenen Arbeitsmethoden im Modedesign verstehen
- ♦ Kreative Verfahren entwickeln, die bei der Arbeit des Modedesigns helfen
- ♦ Einführung in die technischen Verfahren, die für die Realisierung eines Modeprojekts erforderlich sind
- ♦ Die verschiedenen Mittel zur Verbreitung und Kommunikation eines Modeprodukts kennen
- ♦ Den Prozess der Realisierung von Modeprojekten in all seinen Phasen verstehen
- ♦ Beschaffung von Ressourcen für die visuelle Präsentation und Kommunikation des Modeprojekts

Modul 18. Nachhaltigkeit in der Mode

- ♦ Verstehen, dass der derzeitige Lebensstil der Menschen uns zu nicht nachhaltigen Konsumenten macht
- ♦ Umwelt- und Nachhaltigkeitskriterien bereits in der Konzeptions- und Entwicklungsphase berücksichtigen
- ♦ Präventive und geeignete Maßnahmen zur Reduzierung der Umweltbelastung kennen lernen
- ♦ Nachhaltigkeit als Anforderung in der Designmethodik verwenden
- ♦ Studenten mit natürlichen und umweltfreundlichen Inspirationsquellen versorgen

Modul 19. Geschichte der Mode

- ♦ Methodische und ästhetische Strategien zusammenbringen, die helfen, kreative Prozesse zu begründen und zu entwickeln
- ♦ Formale und symbolische Sprache mit Funktionalität im Bereich der Mode zu verbinden
- ♦ Begründung der Widersprüche zwischen modischem Luxus und ethischen Werten

- ♦ Über die Auswirkungen von Innovation und Qualität in der Modeproduktion, Konfektionsmode und *Low-Cost-Mode* auf die Lebensqualität und die Umwelt nachdenken
- ♦ Die historischen Verwendungszwecke und die Art und Weise, wie Mode zur Konstruktion von Imaginationen eingesetzt wurde, kennen und schätzen
- ♦ Wissen, wie man Modebilder korrekt in Bezug auf Bedeutung und Konnotationen interpretiert

Modul 20. Fortgeschrittenes Modedesign

- ♦ Entwicklung eines kritischen Denkens in Bezug auf Modedesignpraktiken, Trends und Ergebnisse sowie die Entwicklung fundierter persönlicher Kriterien
- ♦ Informationen verstehen und visuell vermitteln können, die Techniken der grafischen Präsentation von Designprojekten beherrschen
- ♦ Grundkenntnisse über Konstruktionsprozesse, Material- und Produktionstechniken und die entsprechenden Disziplinen besitzen
- ♦ In der Lage sein, einen kohärenten Designprozess zu entwickeln, der angemessen auf eine Reihe von Bedürfnissen und Anforderungen reagiert

Modul 21. Geschichte der Bekleidung

- ♦ Die sprachlichen und expressiven Mittel in Bezug auf den Inhalt identifizieren
- ♦ Auswahl von Forschungs- und Innovationsressourcen zur Lösung von Fragen, die sich im Zusammenhang mit den Funktionen, Bedürfnissen und Materialien von Kleidung stellen
- ♦ Die psychologischen Prozesse bei der Entwicklung von Kleidungsstücken in der Geschichte der Kleidung unterscheiden
- ♦ Die Verbindung von formaler und symbolischer Sprache mit Funktionalität im Bereich der Kleidung
- ♦ Aufzeigen der Zusammenhänge zwischen den Elementen des Kostüms und den humanistischen Bereichen
- ♦ Rechtfertigung der Widersprüche zwischen Luxuskleidung und ethischen Werten
- ♦ Über die Auswirkungen von Innovation und Qualität in der Bekleidungsproduktion auf die Lebensqualität und die Umwelt nachdenken

Modul 22. Schnittmusterherstellung für Männer

- ♦ Die Geschichte der Herrenmode kennen
- ♦ Eigene, auf Wissen basierende Kriterien für die Entwicklung von Herrenmode haben
- ♦ Die männliche Morphologie und ihre Eigenheiten verstehen
- ♦ Kennen der in der Herrenmode am häufigsten verwendeten Muster
- ♦ Anleitung zur Herstellung eines Maßanzugs



Eine Gelegenheit, die für Fachleute geschaffen wurde, die einen intensiven und effektiven Programm suchen, um in ihrem Beruf einen bedeutenden Schritt nach vorne zu machen“

03

Kompetenzen

Während dieses Weiterbildenden Masterstudiengangs können die Designer eine Reihe von Kompetenzen entwickeln, die sich auf die berufliche Arbeit konzentrieren und sie zu einer Persönlichkeit machen, die in der Lage ist, in verschiedenen Bereichen und mit unterschiedlichen Ansätzen zu arbeiten, da sich dieses Programm nicht nur auf einen Aspekt des Designs konzentriert. Daher ist diese Qualifikation eine hervorragende Möglichkeit, die besten beruflichen Chancen in einer Branche zu erhalten, die neue kreative Köpfe braucht.



“

Lernen Sie alle Techniken des Designs, der Schnittmustererstellung und der Schneiderei dank dieses Programms, dessen Studienplan und Ansatz eine breite Palette relevanter Themen in diesem künstlerischen und kulturellen Bereich abdeckt“



Allgemeine Kompetenzen

- ◆ Entwicklung der notwendigen Fähigkeiten, um im Modedesign erfolgreich zu sein
- ◆ Leitung erfolgreicher Projekte, die von der Öffentlichkeit nachgefragt werden
- ◆ Kollektionen entwerfen, die auf den wichtigsten internationalen Laufstegen gezeigt werden
- ◆ Einen Überblick über den Sektor erhalten, um wettbewerbsfähiger zu sein
- ◆ Attraktive Designs entwerfen, die ein *Must* für die Saison werden
- ◆ Die historischen Kriterien der Modeindustrie auf aktuelle Entwürfe anwenden, so dass sie zu unverzichtbaren Kleidungsstücken in jedem Kleiderschrank werden
- ◆ Entwicklung einer effektiven Kommunikation über das Modegeschäft
- ◆ Verwendung von Fotobearbeitungssoftware und -programmen

“

In diesem Programm erwerben Sie alle notwendigen Fähigkeiten, um die besten Designs für Herren- und Damenmode zu entwerfen“





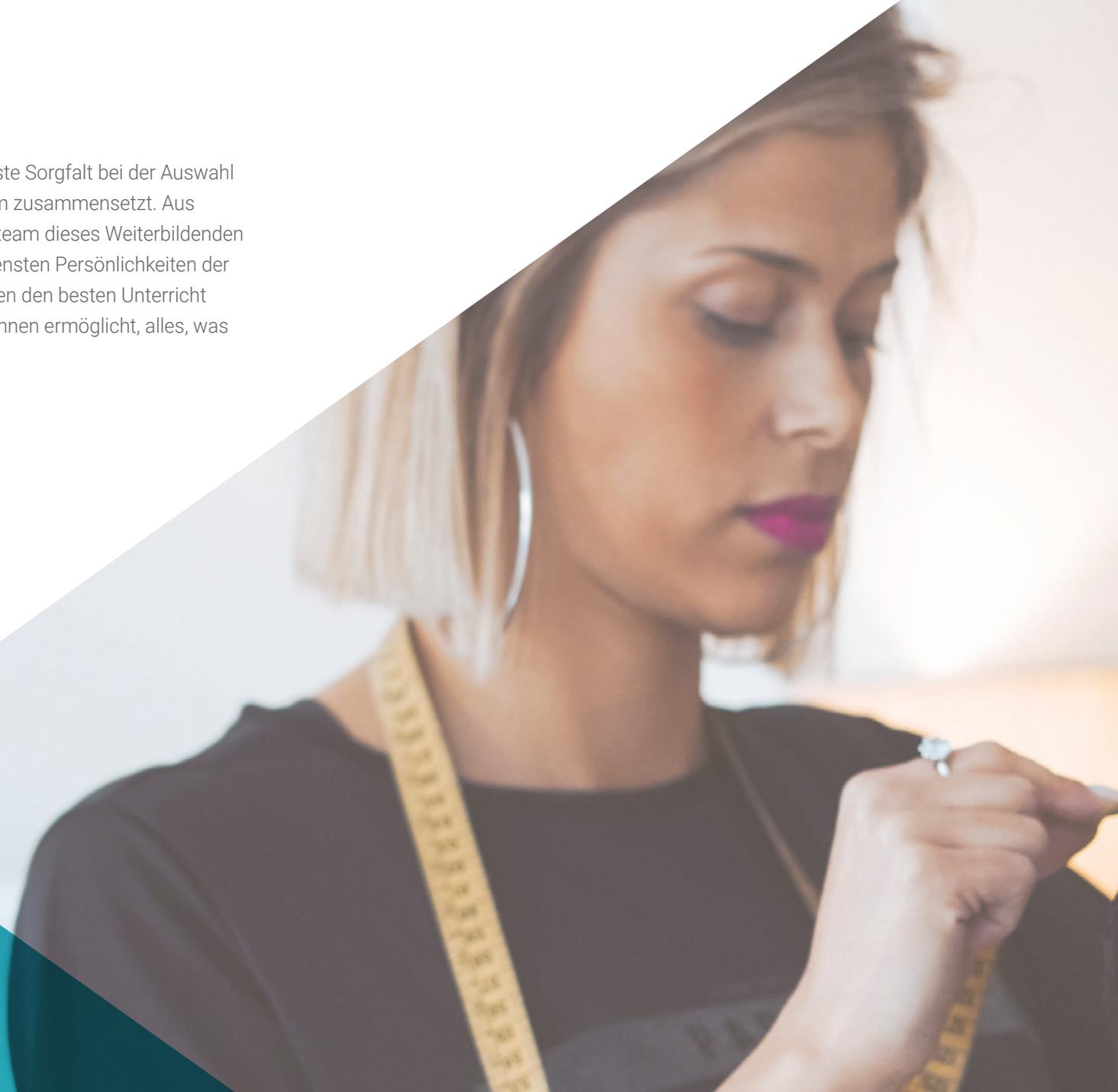
Spezifische Kompetenzen

- ◆ Fundierte Kenntnisse aller Phasen des Modedesigns, um das Endprodukt zu einem Erfolg zu machen
- ◆ Kritisches Denken über die aktuelle Modekultur
- ◆ Die nachhaltigsten Techniken und Materialien anwenden, um Designs zu entwerfen, die den Anforderungen der heutigen Gesellschaft gerecht werden
- ◆ Die wichtigsten Textiltechniken und -technologien anwenden, um hochwertige Kleidungsstücke herzustellen
- ◆ Kontrolle aller Phasen der Vermarktung eines Kleidungsstücks
- ◆ Modeschauen koordinieren und leiten
- ◆ Entwicklung einer Modemarke, die sich auf dem Markt durchsetzt
- ◆ Anwendung von Marketingtechniken, die die Positionierung und den Bekanntheitsgrad der Marke fördern
- ◆ Die aktuellen Trends in der Modebranche kennen und die Kollektionen entwerfen, die ein *Must* der Saison werden
- ◆ Sicherer Umgang mit der Software CLO Virtual Fashion, die für die Erstellung von Kleidungsstücken für die Videospielindustrie unerlässlich ist
- ◆ Schmuck und andere Accessoires entwerfen, die die Gunst des Publikums gewinnen
- ◆ Wissen über die Entwicklung der Geschichte der Mode
- ◆ Ein Muster erstellen, das dem Körper eines Mädchens, einer Jugendlichen oder einer Frau entspricht
- ◆ Verwenden von Methoden, die von großen Vertretern der Mode entwickelt wurden, um Designprobleme zu lösen
- ◆ Die Muster eines Rocks, einer Hose und eines Kleides anfertigen und sie zu neuen Modestücken kombinieren
- ◆ Mit verschiedenen Materialien die Textur des Stoffes in Skizzenentwürfen nachbilden
- ◆ Ein Portfolio von Designs erstellen, die auf dem Laufsteg präsentiert werden
- ◆ Die Referenzen der großen Meister der Mode nutzen, um sie auf aktuelle Designs anzuwenden
- ◆ Die Grundlagen des Modedesigns auf die Gestaltung von Herrenbekleidung anwenden
- ◆ Anfertigen von künstlerischen Zeichnungen, in denen jedes Detail des Entwurfs festgehalten wird
- ◆ Mit Erfolg auf dem Gebiet der Fotografie arbeiten, indem die wichtigsten Techniken angewendet werden, um Bilder mit großem Detailreichtum zu machen, die die Kleidungsstücke originalgetreu zeigen
- ◆ Anfertigung aller Arten von Schnittmustern, die für die Herstellung von Herrenbekleidung erforderlich sind
- ◆ Gründliche Kenntnis der Geschichte der Kleidung, um die nützlichsten und innovativsten Ressourcen für die Entwürfe zu nutzen
- ◆ Herstellung von Herrenanzügen, die sich an die Bedürfnisse und den Geschmack der heutigen Gesellschaft anpassen
- ◆ Technische Zeichnungen anfertigen, die die Eigenschaften von Kleidungsstücken und Accessoires deutlich machen

04

Kursleitung

Eine so spannende und komplexe Disziplin erfordert äußerste Sorgfalt bei der Auswahl der verschiedenen Elemente, aus denen sich das Programm zusammensetzt. Aus diesem Grund hat TECH dafür gesorgt, dass das Dozententeam dieses Weiterbildenden Masterstudiengangs aus den renommiertesten und erfahrensten Persönlichkeiten der Modewelt besteht. So wird gewährleistet, dass die Studenten den besten Unterricht erhalten, mit einer äußerst praktischen Perspektive, die es ihnen ermöglicht, alles, was sie gelernt haben, direkt in ihrer Arbeit anzuwenden.





“

Die größten Designspezialisten erwarten Sie in diesem Weiterbildenden Masterstudiengang, um Ihnen alle Schlüssel zum Erfolg in der Welt der Mode zu vermitteln"

Internationaler Gastdirektor

Susanna Moyer blickt auf eine lange Karriere in der Damen- und Herrenmodebranche zurück und hat für Luxusmarken wie Christian Dior Paris, Liz Claiborne und Hickey Freeman gearbeitet. Sie hat auch Geschäftsstrategien entwickelt und verwaltet und die Leistung von Designteams vorangetrieben. Darüber hinaus gründete sie ihre eigene Marke und entwarf, finanzierte und beaufsichtigte 10 Jahre lang alle Aktivitäten für ihre gleichnamige Kollektion, die bei Neiman Marcus, Nordstrom und in über 250 Fachgeschäften verkauft wird.

Eines ihrer Interessensgebiete ist die Designerziehung, so dass sie einen Großteil ihrer beruflichen Laufbahn darauf verwendet hat, ihr Wissen in diesem Bereich der Mode weiterzugeben. Sie arbeitet mit weltweit renommierten Institutionen wie der Parsons School of Design und dem Fashion Institute of Technology zusammen. Außerdem unterrichtet sie Kurse in verschiedenen Ländern, unter anderem an der American University of Paris, wo sie Module über Nachhaltigkeit und Ethik in der Branche entwickelt hat. Ihr Ziel ist es, ihre eigene Vision zu lehren und zunehmend spezialisierte Projekte zu fördern.

Sie ist außerdem Kreativdirektorin des Rates der Asiatischen Designer von Amerika, wo sie Modefachleute berät. In dieser Funktion ist sie auch Mitglied des Fashion Consort, einer Agentur von Modeexperten, die Inhalte erstellen und verbreiten, die Unternehmen, Studenten und Verbraucher inspirieren und weiterbilden und sich auf aktuelle Themen und Innovationen konzentrieren.

Im Laufe ihrer Karriere hat sie zahlreiche Vorträge an Modeinstitutionen gehalten, die sich auf Unternehmertum, Designtheorie und berufliche Entwicklung konzentrieren. Für ihre Arbeit in dieser Disziplin wurde sie mit dem IAF World Designer Award ausgezeichnet und ihre Arbeiten wurden in Publikationen wie Vogue Italia, Vogue France, Men's Health, Forbes und GQ veröffentlicht.



Dr. Moyer, Susanna

- Kreativdirektorin des Rates der Asiatischen Designer von Amerika, New York, USA
- Professorin an der Parsons The New School of Design
- Außerordentliche Professorin am Fashion Institute of Technology
- Kreativdirektorin am Zentrum für Unternehmensstudien Issachar
- Kreativdirektorin bei Career Gear
- Masterstudiengang in Wirtschaft und Mode vom Fashion Institute of Technology
- Hochschulabschluss in Bildender Kunst von der Parsons The New School of Design

“

Dank TECH werden Sie mit den besten Fachleuten der Welt lernen können”

Leitung



Fr. García Barriga, María

- ♦ Mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Erstellung von Inhalten verschiedener Art: Logistik und Vertrieb, Mode und Literatur oder die Erhaltung des künstlerischen Erbes
- ♦ Sie hat für große Medien wie RTVE und Telemadrid gearbeitet
- ♦ Hochschulabschluss in Informationswissenschaften an der UCM
- ♦ Aufbaustudium in Marketing und Kommunikation in Mode- und Luxusunternehmen an der UCM
- ♦ MBA von der ISEM Fashion Business School, der Modefachschule der Universität von Navarra
- ♦ Doktorandin in Modetrendgestaltung
- ♦ Autorin von The Pattern of Eternity: Schaffung einer spiralförmigen Identität für die Automatisierung von Modetrends

Professoren

Fr. García Barriga, Elisa

- ♦ Dynamisatorin und Community Manager eines Kosmetikunternehmens, das sich der Herstellung von Naturseifen widmet
- ♦ Verantwortlich für die Durchführung der verschiedenen Kampagnen, die von Cosmética Natural El Sapo durchgeführt werden
- ♦ Bild- und Fotografieberatung für öffentliche Schulen in ganz Spanien
- ♦ Fotografin, spezialisiert auf 3D-Druck und soziale Medien, nonverbale Sprache und die Gestaltung von Umgebungen für die Schulfotografie
- ♦ Hochschulabschluss in Lehre

Hr. Pereira Paz, Juan Carlos

- ♦ Designer und Direktor des Projekts DAB (Design und bolivianische Autoren)
- ♦ Verantwortlich für den kreativen Bereich und die Internationalisierung seiner Marke Juan de la Paz
- ♦ Spezialisiert auf Modekommunikation und Marketing
- ♦ Beiträge in Mode- und Kulturmagazinen auf der ganzen Welt wie Vogue Russland, Harpers Bazaar Russland, L'Officiel Italien, L'Ofiiciel Arabien, Vogue Italien, Vogue Mexiko, Elle China, L'Officiel Argentinien und anderen, sowohl in digitalen als auch in Printausgaben

Fr. Vela Covisa, Susana

- ◆ Leitung der Agentur Polka Press Comunicación
- ◆ Gründerin und Direktorin der Atelier Couture Laufstegshow
- ◆ Förderung und Koordinierung des Raums für nachhaltige Erfahrungen im MOMAD
- ◆ Dozentin und Tutorin an verschiedenen Universitäten, Wirtschaftsschulen und Ausbildungszentren wie dem IED, der Universität Francisco de Vitoria, der Madrid School of Marketing und der ELLE Fashion School
- ◆ Mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Leitung verschiedener Modeabteilungen, insbesondere in der Kommunikation für verschiedene Marken, Pressestellen, Agenturen, Modeprojekte, internationale Messen und Laufstege sowie in der Organisation von Veranstaltungen in diesem Sektor
- ◆ Höhere Technikerin für Mode
- ◆ Zusatzausbildung in nachhaltiger Mode, mit Spezialisierung auf Ökodesign, Mode und Kommunikation

Fr. Rodríguez Flomenboim, Florencia

- ◆ Imageberatung und verantwortlich für das Management von Showrooms und die Implementierung von Concept Stores
- ◆ Modeproduktion und -redaktion in verschiedenen Redaktionen, Agenturen und Firmen
- ◆ Kreative Inszenierung verschiedener Theaterstücke mit Schwerpunkt auf der Symbolik des Bildes
- ◆ Hochschulabschluss in Darstellenden Künsten von der ESAD in Murcia
- ◆ Spezialisiert auf künstlerische Kreation und Modetrendanalyse
- ◆ Diplom in Internationalen Beziehungen für Marketing von ITC Sraffa in Mailand
- ◆ Masterstudiengang in Modeproduktion, Redaktion und Modedesign an der American Modern School of Design in Buenos Aires, Argentinien

Hr. Holgueras, Javier

- ◆ Marktmanager und Analyst in der Apple-Zentrale in Irland
- ◆ Professor für das Marketing Mix Modelling System, das er bereits bei Kellogg's in Spanien eingeführt hat
- ◆ Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften
- ◆ Masterstudiengang in *Big Data* und Unternehmensanalyse

Fr. Romero Monente, Begoña

- ◆ Geschäftsführung der Agentur Young Promotion, Erfinderin des Personal Shopper Service auf spanischen Flughäfen
- ◆ Spezialisiert auf die Durchführung von Werbekampagnen in Duty-Free-Shops, mit Kunden wie AENA, Dufry, L'Oréal, Diageo, Philip Morris, Montblanc, etc.
- ◆ Moderatorin, Redakteurin und Kommunikationsmanagerin für verschiedene On- und Offline-Medien, die Inhalte für die Bereiche Sport, Politik und Tourismus erstellen
- ◆ Koordination der Aktivitäten der Airport Promotion Agencies Association, einer Organisation, die Europas führende Agenturen im Bereich Flughafenmarketing zusammenbringt
- ◆ Referentin und Dozentin in verschiedenen Kursen für Einzelhandelsmanagement, digitales Marketing und Personalmanagement
- ◆ Leitung von personalisierten Mentoring- und Coachingprozessen für Unternehmer
- ◆ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität von Malaga
- ◆ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit an der Offenen Universität von Katalonien
- ◆ MBA an der ISEM Fashion Business School der Universität von Navarra
- ◆ Zertifizierte *Coach* an der Europäischen Schule für Coaching

Fr. Miñana Grau, Mari Carmen

- ◆ Freiberufliche Designerin bei Petite Antoinette
- ◆ Mitbegründung der Marke @TheIraMare, die sich auf das Design von Schals und Accessoires spezialisiert hat
- ◆ Designerin auf verschiedenen Laufstegen
- ◆ Hochschulabschluss in Modedesign bei Barreira Arte y Diseño
- ◆ Fortgeschrittener Hochschulabschluss in Modedesign und Styling bei Barreira Arte y Diseño
- ◆ Hochschulabschluss in Hut- und Accessoire-Design bei Barreira Arte y Diseño
- ◆ Kurs in Schneidertechnik
- ◆ Kurs zur Herstellung von Schnittmustern, Zuschneiden und Schneiden von Indumentaria Valenciana

Fr. Anguiano, Daniela

- ◆ Mode- und Grafikdesignerin und Autorin von Inhalten
- ◆ Grafikdesign, Community Manager und Autorin von Inhalten Partnerschaft zwischen Frauen und Soulem Madrid
- ◆ Mode- und Grafikdesignerin Fasrev International Team
- ◆ Mode- und Grafikdesignerin für den Designer Fernando Claro Madrid
- ◆ Gründerin und künstlerische Leiterin Pipper´s Design Madrid
- ◆ Textildesignerin Baby Zanell
- ◆ Mode- und Textildesignerin Universität von Palermo, Buenos Aires, Argentinien
- ◆ Kurs in Modeproduktion EBA, Buenos Aires, Argentinien
- ◆ Elle Education Kurs in Branded Content Creator Mindway, Madrid





“

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden”

05

Struktur und Inhalt

Dieser Weiterbildende Masterstudiengang ist in 22 spezialisierte Module gegliedert, durch die die Fachkraft in der Lage sein wird, verschiedene relevante Themen wie strukturelles und integrales Design in der Mode zu vertiefen und sich dabei auf Aspekte wie Ausdruckszeichnung oder Komposition, die verschiedenen Produkte und Textiltechnologien, die Grundlagen des Designs, kreative Forschung, die Geschichte der Kleidung oder die Fotografie im Bereich der Mode zu konzentrieren. Damit hat der Student ein umfassendes Wissen erworben, das es ermöglicht, in dieser Branche schnell und sicher voranzukommen.





“

Ihnen stehen die besten Inhalte zur Verfügung, um eine erfolgreiche Karriere in der Welt der Mode zu entwickeln“

Modul 1. Strukturelles und ganzheitliches Modedesign

- 1.1. Ausdrucksstarke Zeichnung
 - 1.1.1. Anatomischer Aufbau des menschlichen Körpers
 - 1.1.2. Dreidimensionaler Raum
 - 1.1.3. Perspektive und *Matrix*analyse
- 1.2. Visuelle Semiotik
 - 1.2.1. Farbe und Licht in dreidimensionalen Formen
 - 1.2.2. Kontur und Schattierung
 - 1.2.3. Die Bewegung von Kleidungsstücken in der weiblichen und männlichen Anatomie
- 1.3. Komposition I
 - 1.3.1. Menge
 - 1.3.2. Weibliche Silhouette und männliche Silhouette
 - 1.3.3. Form und negative Form
- 1.4. Komposition II
 - 1.4.1. Symmetrie und Asymmetrie
 - 1.4.2. Aufbau und Abbau
 - 1.4.3. Drapierungen und Schmuckverzierungen
- 1.5. Tools zur Repräsentation
 - 1.5.1. Die geometrische Skizze
 - 1.5.2. *Rapid Sketching* und Giftechniken
 - 1.5.3. *Canva*
- 1.6. Design-Methodik
 - 1.6.1. Computergestütztes Design
 - 1.6.2. CAD/CAM: Prototypen
 - 1.6.3. Fertige Produkte und Produktionsläufe
- 1.7. Maßanfertigung und Umwandlung von Kleidungsstücken
 - 1.7.1. Schneiden, Montage und Endbearbeitung
 - 1.7.2. Muster-Anpassungen
 - 1.7.3. Maßanfertigungen für Kleidungsstücke
- 1.8. *Packaging*
 - 1.8.1. Verpackung als Erweiterung des *Brandings*
 - 1.8.2. Nachhaltiges *Packaging*
 - 1.8.3. Automatisierte Personalisierung

- 1.9. *Atomic Design*
 - 1.9.1. Systemkomponenten
 - 1.9.2. Vorlagen
 - 1.9.3. Typologie der Websites von Designern
- 1.10. *App Design*
 - 1.10.1. Mobile Illustrationstechniken
 - 1.10.2. Integrierte Design-Tools: *Procreate*
 - 1.10.3. Hilfsmittel: *Pantone Studio*

Modul 2. Das Textilprodukt

- 2.1. Anthropologie des Designs
 - 2.1.1. Die Verwandlung von Kleidung in Sportbekleidung
 - 2.1.2. Visuelles Denken: Rhetorik und Sprache
 - 2.1.3. Die Artifizierung von Produkten in der Modeindustrie
- 2.2. Geschlecht im Produktdesign
 - 2.2.1. Das Kleid für Frauen
 - 2.2.2. Der Anzug für Herren
 - 2.2.3. Die Hybridisierung des Modekleidungsstücks
- 2.3. Das Design des Zubehörs
 - 2.3.1. Leder und synthetische Materialien
 - 2.3.2. Schmuck
 - 2.3.3. Schuhe
- 2.4. Produktdesign
 - 2.4.1. Prototyping
 - 2.4.2. Das *fashion tech* Umfeld und neue industrielle Stoffe
 - 2.4.3. Umwandlung von Prototypen
- 2.5. Die Herstellung eines Kleidungsstücks
 - 2.5.1. Die Nähmaschine
 - 2.5.2. Körpervolumen und Maße
 - 2.5.3. Nähtechniken und Zusammenbau von Kleidungsstücken
- 2.6. Industrielle Produktion von Modebekleidung I
 - 2.6.1. Schnittmusterherstellung und Produktionstechniken
 - 2.6.2. Drucke
 - 2.6.3. *Moulage* und industrielle Mustererstellung

- 2.7. Industrielle Produktion von Modebekleidung II
 - 2.7.1. Skalierungstechniken
 - 2.7.2. Größeneinstufung
 - 2.7.3. Umwandlung von Mustern
- 2.8. Textildesign
 - 2.8.1. Stoffe und Materialien
 - 2.8.2. Unternehmens- und saisonale Farbpalette
 - 2.8.3. Techniken der Produktentwicklung
- 2.9. Dessous und Miederwaren
 - 2.9.1. Spezifische Stoffe für Intimbekleidung
 - 2.9.2. Besondere Muster
 - 2.9.3. Montage von Kleidungsstücken
- 2.10. Produktprüfung
 - 2.10.1. Aufbau von Produktkompetenzen
 - 2.10.2. Bewertung des Produkts in Bezug auf den Markt und seine Verbraucher
 - 2.10.3. Neugestaltung des Produkts

Modul 3. Das Design von Schmuck und Accessoires

- 3.1. Anatomie und Musterung von Zubehör
 - 3.1.1. Schuhe
 - 3.1.2. Taschen und Gürtel
 - 3.1.3. Modeschmuck und Schmuck
- 3.2. Spezifische Materialien für die Gestaltung von Zubehör
 - 3.2.1. Beschläge und Hardware
 - 3.2.2. Synthetische Stoffe
 - 3.2.3. Technische Materialien
- 3.3. Arbeitsablauf
 - 3.3.1. Beziehung zu Lieferanten
 - 3.3.2. Industrielle Auftragsfertigung
 - 3.3.3. Marktpreise
- 3.4. Produkt-Prototyping
 - 3.4.1. Zeichnen und Skizzieren
 - 3.4.2. Produktdatenblatt
 - 3.4.3. Produktion im großen Stil: INGA 3D

- 3.5. Schmuckdesign
 - 3.5.1. Edelsteine und Schmucksteine
 - 3.5.2. Modeschmuck und alternative Materialien
 - 3.5.3. 3D-gedruckter Schmuck-Prototyping
- 3.6. *Rhinojewel*
 - 3.6.1. Tools aus Metall und Edelsteinen
 - 3.6.2. Tools zur Modellierung
 - 3.6.3. Kalibrierte Steinwerkzeuge
- 3.7. Produktentwicklung
 - 3.7.1. Kreativität und Machbarkeit des Zubehörs
 - 3.7.2. Entwicklung der Kollektion: Ausrichtung auf die Marke
 - 3.7.3. Methodik für die Präsentation einer Accessoire-Kollektion
- 3.8. Die Haut
 - 3.8.1. Tierfelle und ihre Behandlung
 - 3.8.2. Synthetische Materialien
 - 3.8.3. Nachhaltigkeit und die Umwelt
- 3.9. Anpassung und Umgestaltung von Zubehör
 - 3.9.1. Manuelle Umwandlung
 - 3.9.2. Perlen und Charms
 - 3.9.3. Schmuckbekleidung: Gürtel, Taschenverschlüsse und Schmuckkleider
- 3.10. Uhren und Sonnenbrillen
 - 3.10.1. Schmuck und Komposition
 - 3.10.2. Besondere Materialien
 - 3.10.3. Montage

Modul 4. Kleidung für besondere Anlässe

- 4.1. *Sport* Kollektionen
 - 4.1.1. Entwicklung der Sportmode
 - 4.1.2. Lässiges Design und Kreativität
 - 4.1.3. *Sportswear* und *Activewear*
- 4.2. Schnittmuster und Design von Sportbekleidung
 - 4.2.1. Ergonomie des Athleten
 - 4.2.2. Technische Schneiderei
 - 4.2.3. Technische Materialien: Verdunstung, Atmungsaktivität und Wasserdichtigkeit

- 4.3. Design von Kleidungsstücken für Film- und Fernsehserien
 - 4.3.1. Einfluss der Mode auf die darstellenden Künste
 - 4.3.2. Die Kostümabteilung in einem Film
 - 4.3.3. Überarbeitung des Drehbuchs für die Gestaltung der fiktiven Kostüme
- 4.4. Arbeitsablauf beim Film
 - 4.4.1. Dokumentation von Zeitraum und Stil
 - 4.4.2. Kinematografische Kulisse durch Kostüme
 - 4.4.3. Stoffe und Techniken, die für das endgültige Finish verwendet werden
- 4.5. Kostüme für das Kino
 - 4.5.1. Kostüme für Zeichentrickfilme
 - 4.5.2. Marvel Kostüme
 - 4.5.3. Periodenkostüme
- 4.6. Der Laufsteg und die Filmgalas
 - 4.6.1. Experimentelle Musterherstellung
 - 4.6.2. Figurinismus für Models und Schauspielerinnen
 - 4.6.3. Die Inszenierung der Kostüme auf dem roten Teppich
- 4.7. Bühnenfiktion
 - 4.7.1. Kostüme für die Oper
 - 4.7.2. Kostüme für das Theater
 - 4.7.3. Kostüme für Tanz und Zirkus
- 4.8. Haute Couture
 - 4.8.1. Schneiden von Kleidungsstücken nach Maß
 - 4.8.2. Kreative Illustrationstechniken
 - 4.8.3. Brautmoden-Kollektionen
- 4.9. *Tailoring* und Schneiden
 - 4.9.1. Schnittmuster für Anzüge für Männer und Frauen
 - 4.9.2. Saisonale Stoffe
 - 4.9.3. Zukünftige Trends in der Schneiderei
- 4.10. *Produktplatzierung*
 - 4.10.1. Kollaborationen mit konsolidierten Marken für die Garderobe von Fernsehserien
 - 4.10.2. Der Vorschlag und die Darstellung der Bedürfnisse
 - 4.10.3. Auswahl der Kleidungsstücke und Kosten der Zusammenarbeit





Modul 5. CLO Virtual Fashion Design

- 5.1. Aktuelle Designtechniken
 - 5.1.1. Design in 2 Dimensionen
 - 5.1.2. Design in 3 Dimensionen
 - 5.1.3. Das CLO *Virtual Fashion* Programm
- 5.2. Digitale Erstellung und Versuchsplanung
 - 5.2.1. Digitale Erstellung und Versuchsplanung
 - 5.2.2. Benutzeroberfläche CLO *Virtual Fashion*
 - 5.2.3. 3D-Avatar-Animation
- 5.3. Virtuelle Schneiderei
 - 5.3.1. Segment-Nähen
 - 5.3.2. Freihandnähen
 - 5.3.3. Struktur der Schichten
- 5.4. CLO *Virtual Fashion* Stoffbibliothek
 - 5.4.1. Häufig verwendete Stoffe
 - 5.4.2. Verkleidungen
 - 5.4.3. Anprobe von Kleidungsstücken
- 5.5. *Streamline*-Prozess
 - 5.5.1. Farben und Motive
 - 5.5.2. Design Komposition
 - 5.5.3. 3D Muster
- 5.6. Erstellung von Texturen
 - 5.6.1. Vergeben und Bearbeiten von Texturen
 - 5.6.2. Deckkraft, Reflexion und Position
 - 5.6.3. Normale Karte und Verschiebungskarte
- 5.7. Erstellung von Kleidungsstücken I
 - 5.7.1. Das Kleidungsstück
 - 5.7.2. Drucke
 - 5.7.3. *Renders*
- 5.8. Erstellung von Kleidungsstücken II
 - 5.8.1. Falten
 - 5.8.2. Unterteile und Klingen
 - 5.8.3. *Soleil* und Polsterung

- 5.9. Simulierte Umgebungen
 - 5.9.1. Styling-Techniken
 - 5.9.2. Präsentation von Kleidungsstücken in Einzelhandelsumgebungen
 - 5.9.3. Werbung für die virtuelle Sammlung
- 5.10. Aufstrebende Märkte und Markteintrittstechniken
 - 5.10.1. Kostenkalkulation
 - 5.10.2. Auktionen
 - 5.10.3. Die Videospiegelindustrie

Modul 6. Styling und Trends in der Mode

- 6.1. Der globale Verbraucher: Osten und Westen
 - 6.1.1. Mode im Kontext der *Globalisierung*
 - 6.1.2. Asiatischer Glitzer
 - 6.1.3. Das westliche Erbe
- 6.2. Die Bedürfnisse der Verbraucher von heute
 - 6.2.1. Profile der neuen Verbraucher
 - 6.2.2. Der Prosumer
 - 6.2.3. Entscheidungsfindung während des Einkaufsprozesses
- 6.3. Der visuelle Ausdruck von Farbe
 - 6.3.1. Die Bedeutung von Farbe bei Kaufentscheidungen
 - 6.3.2. Chromatische Emotionen
 - 6.3.3. Farbe im Ökosystem der Mode
- 6.4. Trendanalyse und Forschung
 - 6.4.1. Der Trendjäger
 - 6.4.2. Von *Trendsettern* zum Massenkonsum
 - 6.4.3. Spezialisierte Agenturen
- 6.5. Strategische Markteinführung
 - 6.5.1. Makro-Trends und Mikro-Trends
 - 6.5.2. Neuheit, Trend und "*Hype*"
 - 6.5.3. Der Zyklus der Produktverbreitung
- 6.6. Methodik für die Trendanalyse
 - 6.6.1. Die Kunst und Wissenschaft der prädiktiven Analytik
 - 6.6.2. Die Informationsquellen auf dem Modemarkt
 - 6.6.3. *Insights* extrahieren

- 6.7. Der Lebensstil des Modekonsumenten
 - 6.7.1. Werte und Prioritäten
 - 6.7.2. Der neue Luxus und sein Platz auf dem Modemarkt
 - 6.7.3. Zwischen dem physischen Geschäft und *E-Commerce*
- 6.8. Die Konzeptualisierung des Modemarktes
 - 6.8.1. Das Einkaufserlebnis
 - 6.8.2. "*Hotspots*"
 - 6.8.3. Digitale *Concept Stores*
- 6.9. Der Trendbericht
 - 6.9.1. Struktur und Zusammensetzung
 - 6.9.2. Präsentation
 - 6.9.3. Bewertung und Entscheidungsfindung
- 6.10. Verbrauchertrends nach der Pandemie
 - 6.10.1. Dauerhafte Veränderungen der Konsumgewohnheiten
 - 6.10.2. Einkaufen für die Zukunft
 - 6.10.3. Technologie und Nachhaltigkeit: die Achsen des Wandels

Modul 7. Visuelle Identität = UX + Branding

- 7.1. Die technologische Nutzung der Mode
 - 7.1.1. Künstliche Intelligenz
 - 7.1.2. Wettbewerbsvorteile realisieren
 - 7.1.3. *Chatbot* und virtueller *Personal Shopper*
- 7.2. Identitäts- und Change Management
 - 7.2.1. Entwurf einer Markenidentität
 - 7.2.2. Aufbau einer Markenidentität
 - 7.2.3. Wirtschaftliche Auswirkungen
- 7.3. *Google Analytics* und *Google Ads*
 - 7.3.1. Strategische Positionierung einer Modemarke
 - 7.3.2. *Google Ads*
 - 7.3.3. *Google Analytics*
- 7.4. *Data Driven Marketing*
 - 7.4.1. Der Prozess der Datenauswertung
 - 7.4.2. Sammeln und Auswählen von Daten
 - 7.4.3. Tabellierung: Datenstatistik

- 7.5. Erstellung von Mustersequenzen
 - 7.5.1. Verwaltung von Schlüsselkennzahlen
 - 7.5.2. Moderspezifische Metriken
 - 7.5.3. Muster-Sequenzen
- 7.6. Simulation von Innovationsszenarien
 - 7.6.1. Innovation und Kreativität
 - 7.6.2. Simulation und Vorhersage
 - 7.6.3. *Microsoft Power Bi*
- 7.7. Segmentierung & Datenbankverwaltung
 - 7.7.1. Marktsegmentierung
 - 7.7.2. Segmentierung des Publikums
 - 7.7.3. SQL für große Datenmengen
- 7.8. Loyalität & *Salesforce*
 - 7.8.1. Das emotionale Profil des Modekonsumenten
 - 7.8.2. Benutzerakquise, Kundenbindung und Kundenbotschafter
 - 7.8.3. CRM: *Salesforce*
- 7.9. Content Marketing
 - 7.9.1. Schaffung eines Benutzererlebnisses in der digitalen Umgebung
 - 7.9.2. *Customer Engagement Behaviour*
 - 7.9.3. Inhalte innerhalb und außerhalb meiner Website
- 7.10. Kreativität mit *Python*
 - 7.10.1. Struktur und Elemente der Sprache
 - 7.10.2. *Python*-Funktionen
 - 7.10.3. Kreativität bei der Nutzung von Daten

Modul 8. Kommerzialisierung der Sammlung

- 8.1. Aktuelle Modedynamik
 - 8.1.1. *Fashion weeks* und Haute Couture
 - 8.1.2. Die Konkretisierung von Ideen und das *Sketchbook*
 - 8.1.3. Die Konzeptualisierung der Kollektion
- 8.2. Erstellung einer Sammlung
 - 8.2.1. *Moodboards* und internationale Inspiration
 - 8.2.2. Fabriken und Lieferanten in der Welt
 - 8.2.3. Etikettierung und *Packaging*
- 8.3. Strategische Allianzen und Partnerschaften
 - 8.3.1. Strategische *Partner*
 - 8.3.2. Zwischen Designern, Unternehmern und Künstlern
 - 8.3.3. Kapsel-Kollektionen
- 8.4. Styling
 - 8.4.1. *Visual merchandising*
 - 8.4.2. Schaufensterdekoration
 - 8.4.3. *Digital Shooting*: das mobile Schaufenster
- 8.5. Laufstege und Modemetropolen
 - 8.5.1. Die Modenschau
 - 8.5.2. Paris, London und New York
 - 8.5.3. Virtuelle Laufstege
- 8.6. Designmessen und Veranstaltungen
 - 8.6.1. Eventmanagement auf dem Modemarkt
 - 8.6.2. Das B2B-Umfeld
- 8.7. Ökodesign und Umweltauswirkungen
 - 8.7.1. Handwerkskunst
 - 8.7.2. Der neue Luxus
 - 8.7.3. Nachhaltige Mode in Zahlen
- 8.8. Kommerzialisierung der Sammlung
 - 8.8.1. Das Omnichannel-Orchester
 - 8.8.2. Optimierung des Online-Kanals
 - 8.8.3. Die verbleibenden Vorteile von Offline
- 8.9. Maßgeschneiderte Ereignisse
 - 8.9.1. Ausrichtung des Publikums
 - 8.9.2. Kommunikationsstrategie
 - 8.9.3. Inszenierung
- 8.10. Abschließende Bewertung der Kollektion
 - 8.10.1. Drucke in Zahlen
 - 8.10.2. Erweiterte Analyse und Indikatoren
 - 8.10.3. Die Neuformulierung des Kleidungsstücks

Modul 9. Management des Modeeinkaufs

- 9.1. Die Dynamik eines Modeeinkäufers
 - 9.1.1. Der Lebenszyklus von Modeprodukten
 - 9.1.2. Saisonalität im Modesektor
 - 9.1.3. Hebel, die den Markenwert aktivieren
- 9.2. Formulierung mit Microsoft Excel
 - 9.2.1. Operationen
 - 9.2.2. Berechnung
 - 9.2.3. Formeln
- 9.3. Excel-Anwendungen
 - 9.3.1. Diagramme
 - 9.3.2. Pivot-Tabellen
 - 9.3.3. Formulare
- 9.4. Fehlerbehandlung
 - 9.4.1. Format
 - 9.4.2. Nummer
 - 9.4.3. Text
- 9.5. Erstellen von Datenbanken mit *Microsoft Access*
 - 9.5.1. Programmieren in Access
 - 9.5.2. Datentypen und Feldeigenschaften
 - 9.5.3. Abfragen und Makros
- 9.6. Datenbank Berichte
 - 9.6.1. Speichern von Daten
 - 9.6.2. Datenbankvorlagen mit Access
 - 9.6.3. Abfragen aktualisieren
- 9.7. *Big data* mit *Tableau*
 - 9.7.1. Organisation der Daten
 - 9.7.2. Darstellung von numerischen Werten
 - 9.7.3. Nutzung verschiedener Datenquellen
- 9.8. Daten mit *Tableau* anpassen
 - 9.8.1. Berechnungen verwenden
 - 9.8.2. Schnelle Tabellen-Berechnungen
 - 9.8.3. Referenzlinien

- 9.9. *Dashboard*: Visualisierung von Daten
 - 9.9.1. Geografische Kartierung
 - 9.9.2. Visualisierung und Vergleich von Messungen
 - 9.9.3. Statistik und Prognosen
- 9.10. Projektmanagement
 - 9.10.1. *Product owner*
 - 9.10.2. *Lean* Methodik
 - 9.10.3. *Agile* Methodik

Modul 10. Workshop über Unternehmertum und kreatives Management

- 10.1. Innovation und Kreativität auf den Modemärkten
 - 10.1.1. Das Bestehende im Modedesign neu erfinden
 - 10.1.2. Neue Muster von Grund auf erstellen
 - 10.1.3. Patente auf Stoffe
- 10.2. Disruptives Denken und *Design Thinking*
 - 10.2.1. Disruptives Denken und seine globalen Auswirkungen
 - 10.2.2. Das visuelle Schema des *Design Thinking*
 - 10.2.3. Lösung von Problemen
- 10.3. Führungsqualitäten und unternehmerische Denkweise
 - 10.3.1. Das Team
 - 10.3.2. Persönliches Branding
 - 10.3.3. Management von Geschäftsentwicklung und Wachstum
- 10.4. Die Wertschöpfungskette in der Mode- und Luxusindustrie
 - 10.4.1. Struktur des globalen Modemarktes
 - 10.4.2. Die traditionelle Wertschöpfungskette
 - 10.4.3. Entwicklung der Glieder der Wertschöpfungskette in der Mode
- 10.5. Das *Mode-Start-up*
 - 10.5.1. Der Sprung zur Internationalisierung
- 10.6. Kreative Leitung für Modeunternehmen
 - 10.6.1. Die Dynamik der Kreativität
 - 10.6.2. Berufliche Profile
 - 10.6.3. Die Rolle des Kreativdirektors

- 10.7. Neurobiologie der Kreativität
 - 10.7.1. Die Intelligenz
 - 10.7.2. Kreative Quantifizierung
 - 10.7.3. Soziale Medien
- 10.8. Kreativitätstechniken
 - 10.8.1. Die Blockade
 - 10.8.2. Techniken zur Ideenfindung
 - 10.8.3. CRE- IN
- 10.9. Quellen der Inspiration
 - 10.9.1. Die Vergangenheit der Mode meistern
 - 10.9.2. Ambitionen: die Zukunft
 - 10.9.3. Das kompositorische Gleichgewicht zwischen Vergangenheit und Zukunft
- 10.10. Die Inszenierung
 - 10.10.1. Der kompositorische Rahmen in einer Modekollektion
 - 10.10.2. Die Wahrnehmung des Betrachters
 - 10.10.3. Das Imaginäre der Modemarken

Modul 11. Grundlagen und Einführung in das Design

- 11.1. Geschichte des Designs
 - 11.1.1. Die industrielle Revolution
 - 11.1.2. Die Phasen des Designs
 - 11.1.3. Architektur
 - 11.1.4. Die Chicagoer Schule
- 11.2. Designstile und Strömungen
 - 11.2.1. Dekoratives Design
 - 11.2.2. Modernistische Strömung
 - 11.2.3. *Art Deco*
 - 11.2.4. Industrielles Design
 - 11.2.5. *Das Bauhaus*
 - 11.2.6. Industrielles Design
 - 11.2.7. Transvanguardien
 - 11.2.8. Zeitgenössisches Design
- 11.3. Designer und Trends
 - 11.3.1. Innenarchitekten
 - 11.3.2. Grafikdesigner
 - 11.3.3. Industrie- oder Produktdesigner
 - 11.3.4. Modedesigner
- 11.4. Projektmethodik im 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 Cháves*
- 11.5. Sprache im Design
 - 11.5.1. Objekte und das Subjekt
 - 11.5.2. Semiotik der Objekte
 - 11.5.3. Die objektive Disposition und ihre Konnotation
 - 11.5.4. Die *Globalisierung* der Zeichen
 - 11.5.5. Vorschlag
- 11.6. Design und seine ästhetisch-formale Dimension
 - 11.6.1. Visuelle Elemente
 - 11.6.1.1. Die Form
 - 11.6.1.2. Messung
 - 11.6.1.3. Farbe
 - 11.6.1.4. Die Textur
 - 11.6.2. Relationale Elemente
 - 11.6.2.1. Leitung
 - 11.6.2.2. Position
 - 11.6.2.3. Räumlich
 - 11.6.2.4. Schwerkraft

- 11.6.3. Praktische Elemente
 - 11.6.3.1. Vertretung
 - 11.6.3.2. Bedeutung
 - 11.6.3.3. Funktion
- 11.6.4. Referenzrahmen
- 11.7. Analytische Methoden des Designs
 - 11.7.1. Pragmatisches Design
 - 11.7.2. Analoges Design
 - 11.7.3. Ikonisches Design
 - 11.7.4. Kanonisches Design
 - 11.7.5. Die wichtigsten Autoren und ihre Methodik
- 11.8. Design und Semantik
 - 11.8.1. Semantik
 - 11.8.2. Bedeutung
 - 11.8.3. Denotative Bedeutung und konnotative Bedeutung
 - 11.8.4. Das Lexikon
 - 11.8.5. Lexikalisches Feld und lexikalische Familie
 - 11.8.6. Semantische Beziehungen
 - 11.8.7. Semantische Veränderung
 - 11.8.8. Ursachen für semantische Veränderungen
- 11.9. Design und Pragmatik
 - 11.9.1. Praktische Konsequenzen, Abduktion und Semiotik
 - 11.9.2. Mediation, Körper und Gefühle
 - 11.9.3. Lernen, Erfahrung und Abschluss
 - 11.9.4. Identität, soziale Beziehungen und Objekte
- 11.10. Aktueller Designkontext
 - 11.10.1. Aktuelle Designprobleme
 - 11.10.2. Aktuelle Designthemen
 - 11.10.3. Beiträge zur Methodik



Modul 12. Schnittmusterherstellung und Schneiderei

- 12.1. Einführung in die Mustererstellung
 - 12.1.1. Grundlagen der Mustererstellung
 - 12.1.2. Werkzeuge und Materialien für die Mustererstellung
 - 12.1.3. Anatomische Messungen durchführen
 - 12.1.4. Tabellen mit Messungen
 - 12.1.5. Muster-Typologien
 - 12.1.6. Muster der Industrialisierung
 - 12.1.7. Informationen, die in einem Muster enthalten sein müssen
- 12.2. Weibliches Muster
 - 12.2.1. Basis-Rockmuster
 - 12.2.2. Grundmuster Körper
 - 12.2.3. Grundmuster der Hose
 - 12.2.4. Kleid Grundmuster
 - 12.2.5. Kragen
 - 12.2.6. Ärmel
 - 12.2.7. Details
- 12.3. Männliches Muster
 - 12.3.1. Grundkörper-Muster
 - 12.3.2. Einfaches Hosenmuster
 - 12.3.3. Mantelgrundmuster
 - 12.3.4. Kragen
 - 12.3.5. Ärmel
 - 12.3.6. Details
- 12.4. Muster für Kinder
 - 12.4.1. Grundmuster Körper
 - 12.4.2. Grundmuster der Hose
 - 12.4.3. Trikot Grundmuster
 - 12.4.4. Jumpsuit-Grundmuster
 - 12.4.5. Ärmel
 - 12.4.6. Kragen
 - 12.4.7. Details



- 12.5. Umwandlung, Entwicklung und Skalierung von Mustern
 - 12.5.1. Muster-Transformationen
 - 12.5.2. Entwicklung von Mustern
 - 12.5.3. Maßstabsgetreue und lebensgroße Muster
- 12.6. Einführung in Schneiden und Nähen
 - 12.6.1. Einführung in das Nähen
 - 12.6.2. Werkzeuge und Materialien beim Nähen
 - 12.6.3. Schneiden
 - 12.6.4. Nähen von Hand
 - 12.6.5. Flache Nähmaschine
 - 12.6.6. Arten von Nähmaschinen
- 12.7. Identifizierung von Textilien
 - 12.7.1. Flache Stoffe
 - 12.7.2. Komplexe gewebte Stoffe
 - 12.7.3. Technische Gewebe
 - 12.7.4. Gestrickte Stoffe
 - 12.7.5. Materialien
- 12.8. Arten des Nähens und der Verarbeitung von Kleidungsstücken
 - 12.8.1. Flache Naht
 - 12.8.2. Innere Naht
 - 12.8.3. Gebogene Naht
 - 12.8.4. Französische Naht
 - 12.8.5. Texanische Naht
 - 12.8.6. Overlock-Naht
 - 12.8.7. Umrandete Nähte
- 12.9. Verschlüsse, Veredelung und Textilveredelung
 - 12.9.1. Färben von Stoffen
 - 12.9.2. Knöpfe
 - 12.9.3. Reißverschlüsse
 - 12.9.4. Applikationen
 - 12.9.5. Auskleidung des Stücks
 - 12.9.6. Finishing
 - 12.9.7. Bügeln

- 12.10. *Moulage*
 - 12.10.1. Vorbereitung der Schneiderpuppe
 - 12.10.2. Untersuchung der Schneiderpuppe
 - 12.10.3. Von der Schneiderpuppe zum Schnittmuster
 - 12.10.4. Modellieren eines Kleidungsstücks

Modul 13. Fotografie

- 13.1. Geschichte der Fotografie
 - 13.1.1. Hintergrund zur Fotografie
 - 13.1.2. Farbfotografie
 - 13.1.3. Photographischer Film
 - 13.1.4. Digitalkamera
- 13.2. Bildgestaltung
 - 13.2.1. Die Fotokamera
 - 13.2.2. Grundlegende Parameter in der Fotografie
 - 13.2.3. Fotometrie
 - 13.2.4. Objektive und Brennweite
- 13.3. Fotografische Sprache
 - 13.3.1. Arten von Plänen
 - 13.3.2. Formale, kompositorische und interpretative Elemente des fotografischen Bildes
 - 13.3.3. Einrahmung
 - 13.3.4. Darstellung von Zeit und Bewegung in der Fotografie
 - 13.3.5. Die Beziehung der Fotografie zu Realität und Wahrheit
- 13.4. Die Fotokamera
 - 13.4.1. Analoge und digitale Kameras
 - 13.4.2. Einfache Kameras
 - 13.4.3. Spiegelreflexkameras
 - 13.4.4. Grundlegende fotografische Techniken
 - 13.4.5. Belichtung und Belichtungsmesser
 - 13.4.6. Die digitale Spiegelreflexkamera. Der Sensor
 - 13.4.7. Die Handhabung der Digitalkamera im Vergleich zur analogen Kamera
 - 13.4.8. Besondere Aspekte von Interesse
 - 13.4.9. Möglichkeiten der Arbeit mit der Digitalkamera

- 13.5. Das digitale Bild
 - 13.5.1. Dateiformate
 - 13.5.2. Weißabgleich
 - 13.5.3. Farbtemperatur
 - 13.5.4. Histogramm. Belichtung in der digitalen Fotografie
 - 13.5.5. Dynamischer Bereich
- 13.6. Das Verhalten von Licht
 - 13.6.1. Das Photon
 - 13.6.2. Reflexion und Absorption
 - 13.6.3. Quantität und Qualität des Lichts
 - 13.6.3.1. Hartes Licht und weiches Licht
 - 13.6.3.2. Direktes und diffuses Licht
- 13.7. Ausdruckskraft und Ästhetik der Beleuchtung
 - 13.7.1. Schatten, Modifikatoren und Tiefe
 - 13.7.2. Beleuchtungswinkel
 - 13.7.3. Beleuchtungspläne
 - 13.7.4. Messung von Licht
 - 13.7.4.1. Das Photometer
 - 13.7.4.2. Auftreffendes Licht
 - 13.7.4.3. Reflektiertes Licht
 - 13.7.4.4. Messung über mehrere Punkte
 - 13.7.4.5. Der Kontrast
 - 13.7.4.6. Mittelgrau
 - 13.7.5. Beleuchtung natürliches Licht
 - 13.7.5.1. Diffusoren
 - 13.7.5.2. Reflektoren
 - 13.7.6. Beleuchtung mit künstlichem Licht
 - 13.7.6.1. Das Fotostudio
 - 13.7.6.2. Beleuchtungsquellen
 - 13.7.6.3. Kaltes Licht
 - 13.7.6.4. Studioblitze und Kompaktblitze
 - 13.7.6.5. Zubehör

- 13.8. Bearbeitungssoftware
 - 13.8.1. *Adobe Lightroom*
 - 13.8.2. *Adobe Photoshop*
 - 13.8.3. *Plugins*
- 13.9. Fotobearbeitung und Entwicklung
 - 13.9.1. Kamera RAW Entwicklung
 - 13.9.2. Rauschen und Fokus
 - 13.9.3. Anpassung von Belichtung, Kontrast und Sättigung. Levels und Kurven
- 13.10. Referenzen und Anwendungen
 - 13.10.1. Die wichtigsten Fotografen der Geschichte
 - 13.10.2. Fotografie in der Innenarchitektur
 - 13.10.3. Fotografie im Produktdesign
 - 13.10.4. Fotografie im Modedesign
 - 13.10.5. Fotografie im Grafikdesign

Modul 14. Modeillustration

- 14.1. Geschichte der Illustration
 - 14.1.1. Geschichte der Illustration
 - 14.1.2. Typologien
 - 14.1.3. Das Poster
 - 14.1.4. Illustratoren
- 14.2. Materialien und Medien in der Illustration
 - 14.2.1. Materialien
 - 14.2.2. Support
 - 14.2.3. Neue Technologien
- 14.3. Künstlerische Anatomie
 - 14.3.1. Einführung in die Künstlerische Anatomie
 - 14.3.2. Kopf und Hals
 - 14.3.3. Der Rumpf
 - 14.3.4. Obere Extremität
 - 14.3.5. Untere Extremität
 - 14.3.6. Die Bewegung

- 14.4. Anteil des menschlichen Körpers
 - 14.4.1. Anthropometrie
 - 14.4.2. Anteil
 - 14.4.3. Kanons
 - 14.4.4. Morphologie
 - 14.4.5. Anteil
- 14.5. Grundlegende Zusammensetzung
 - 14.5.1. Vorderseite
 - 14.5.2. Rücken
 - 14.5.3. Profil
 - 14.5.4. Verkürzung
 - 14.5.5. Bewegung
- 14.6. Das menschliche Gesicht
 - 14.6.1. Der Kopf
 - 14.6.2. Die Augen
 - 14.6.3. Die Nase
 - 14.6.4. Der Mund
 - 14.6.5. Die Augenbrauen
 - 14.6.6. Die Ohren
 - 14.6.7. Das Haar
- 14.7. Menschliche Figur
 - 14.7.1. Gleichgewicht des Körpers
 - 14.7.2. Der Arm
 - 14.7.3. Die Hand
 - 14.7.4. Der Fuß
 - 14.7.5. Das Bein
 - 14.7.6. Die Brust
 - 14.7.7. Menschliche Figur
- 14.8. Illustrationstechniken in der Mode
 - 14.8.1. Traditionelle Technik
 - 14.8.2. Digitale Technik
 - 14.8.3. Gemischte Medien
 - 14.8.4. Collage-Technik

- 14.9. Illustration der Materialien
 - 14.9.1. *Tweed*
 - 14.9.2. Glanzleder
 - 14.9.3. Wolle
 - 14.9.4. Pailletten
 - 14.9.5. Transparenz
 - 14.9.6. Seide
 - 14.9.7. Denim
 - 14.9.8. Leder
 - 14.9.9. Tierhaar
 - 14.9.10. Andere Materialien
- 14.10. Suche nach persönlichem Stil
 - 14.10.1. Die Mode-Figurine
 - 14.10.2. Styling
 - 14.10.3. Mode-Posen
 - 14.10.4. Frisuren
 - 14.10.5. Design

Modul 15. Textiltechnik

- 15.1. Einführung in Textilien
 - 15.1.1. Geschichte der Textilien
 - 15.1.2. Textilien im Laufe der Zeit
 - 15.1.3. Traditionelle Textilmaschinen
 - 15.1.4. Die Bedeutung von Textilien in der Mode
 - 15.1.5. In Textilien verwendete Symbolik
 - 15.1.6. Technische Daten der Stoffe
- 15.2. Textile Materialien
 - 15.2.1. Klassifizierung von Textilfasern
 - 15.2.1.1. Natürliche Fasern
 - 15.2.1.2. Künstliche Fasern
 - 15.2.1.3. Synthetische Fasern
 - 15.2.2. Eigenschaften der Fasern
 - 15.2.3. Erkennung von Textilfasern

- 15.3. Fäden
 - 15.3.1. Grundlegende Bindungen
 - 15.3.2. Allgemeine Eigenschaften von Fäden
 - 15.3.3. Klassifizierung von Fäden
 - 15.3.4. Spinnereistufen
 - 15.3.5. Verwendete Maschinen
 - 15.3.6. Garnnummerierungssysteme
- 15.4. Durchbrochene Textilien
 - 15.4.1. Durchbrochene Stoffe
 - 15.4.2. Gestaffelte Bindung
 - 15.4.3. Ligamente in durchbrochenen Stoffen
 - 15.4.4. Klassifizierung der Bänder
 - 15.4.5. Arten von Bändern
 - 15.4.6. Arten von durchbrochenen Stoffen
 - 15.4.7. Der durchbrochene Webstuhl
 - 15.4.8. Besondere Webstühle
- 15.5. Gestrickte Stoffe
 - 15.5.1. Geschichte des Strickens
 - 15.5.2. Klassifizierung
 - 15.5.3. Typologie
 - 15.5.4. Vergleich zwischen einer Leinwandbindung und einem Gewirke
 - 15.5.5. Eigenschaften und Verhalten je nach Konstruktion
 - 15.5.6. Technologie und Maschinen für seine Herstellung
- 15.6. Textile Veredelungen
 - 15.6.1. Physikalisches Finishing
 - 15.6.2. Chemische Veredelung
 - 15.6.3. Stärke des Gewebes
 - 15.6.4. Das *Pilling*
 - 15.6.5. Dimensionsänderung von Stoffen
- 15.7. Färben
 - 15.7.1. Vor-Behandlungen
 - 15.7.2. Färben
 - 15.7.3. Maschinenpark
 - 15.7.4. Inputs
 - 15.7.5. Optische Bleiche
 - 15.7.6. Farbe
- 15.8. Aufdrucken
 - 15.8.1. Direktes Drucken
 - 15.8.1.1. Blockdruck
 - 15.8.1.2. Walzendruck
 - 15.8.1.3. Thermotransferdruck
 - 15.8.1.4. Siebdruck
 - 15.8.1.5. Kettendruck
 - 15.8.1.6. Korrosionsdruck
 - 15.8.2. Drucken mit Reservetechnik
 - 15.8.2.1. *Batik*
 - 15.8.2.2. Gebundene Färbung
 - 15.8.3. Andere Arten von Druck
 - 15.8.3.1. Differentialdruck
 - 15.8.3.2. Polychromatisch elektrostatisch
- 15.9. Technische und intelligente Stoffe
 - 15.9.1. Definition und Analyse
 - 15.9.2. Anwendungen von Textilien
 - 15.9.3. Neue Materialien und Technologien
- 15.10. Leder, Pelz und andere
 - 15.10.1. Pelz und Leder
 - 15.10.2. Klassifizierung von Leder
 - 15.10.3. Gerbverfahren
 - 15.10.4. Behandlung nach dem Gerben
 - 15.10.5. Technologisches Gerbverfahren
 - 15.10.6. Methoden der Konservierung
 - 15.10.7. Synthetisches Leder
 - 15.10.8. Debatte: Natur- oder Kunstleder

Modul 16. Repräsentationssysteme in der Mode

- 16.1. Einführung in das technische Zeichnen in der Mode
 - 16.1.1. Wie und wann werden technische Zeichnungen verwendet?
 - 16.1.2. Wie erstellt man eine technische Zeichnung für Mode?
 - 16.1.3. Zeichnen von einem physischen Kleidungsstück
 - 16.1.4. Standards des Modetechnikers
- 16.2. Vorbereitung der Dokumente
 - 16.2.1. Vorbereiten des Dokuments für die technische Zeichnung
 - 16.2.2. Anatomische Grundpuppe
 - 16.2.3. Farbe, Textur und Muster
- 16.3. Untere Kleidungsstücke
 - 16.3.1. Röcke
 - 16.3.2. Hose
 - 16.3.3. Strümpfe
- 16.4. Oberbekleidung
 - 16.4.1. Hemden
 - 16.4.2. T-Shirts
 - 16.4.3. Jacken
 - 16.4.4. Jacken
 - 16.4.5. Mäntel
- 16.5. Unterwäsche
 - 16.5.1. Halterung
 - 16.5.2. Höschen
 - 16.5.3. Briefs
- 16.6. Details zum Modell
 - 16.6.1. Ausschnitte
 - 16.6.2. Kragen
 - 16.6.3. Ärmel
 - 16.6.4. Manschetten
 - 16.6.5. Taschen





- 16.7. Details zum Design
 - 16.7.1. Details zur Konstruktion
 - 16.7.2. Dekorative Design-Details
 - 16.7.3. Falten
 - 16.7.4. Nähte
 - 16.7.5. Stitching
 - 16.7.6. Rippung
- 16.8. Befestigungen und Verschlüsse
 - 16.8.1. Reißverschlüsse
 - 16.8.2. Knöpfe
 - 16.8.3. Klammern
 - 16.8.4. Bänder
 - 16.8.5. Knoten
 - 16.8.6. Knopflöcher
 - 16.8.7. Klettverschluss
 - 16.8.8. Ösen
 - 16.8.9. Schleifen
 - 16.8.10. Studs
 - 16.8.11. Nieten
 - 16.8.12. Ringe
 - 16.8.13. Schnallen
- 16.9. Ergänzungen
 - 16.9.1. Taschen
 - 16.9.2. Brillen
 - 16.9.3. Schuhe
 - 16.9.4. Schmuck
- 16.10. Das technische Dossier
 - 16.10.1. Export der technischen Zeichnung
 - 16.10.2. Informationen aus der technischen Zeichnung
 - 16.10.3. Modelle und Arten von Datenblättern
 - 16.10.4. Ausfüllen des Informationsdokuments

Modul 17. Modedesign

- 17.1. Methodik des Modedesigns
 - 17.1.1. Das Konzept für ein Modeprojekt
 - 17.1.2. Designmethodik angewandt auf Mode
 - 17.1.3. Forschungsmethoden im Modedesign
 - 17.1.4. Das *Briefing* oder der Gestaltungsauftrag
 - 17.1.5. Dokumentation
 - 17.1.6. Analyse der aktuellen Mode
 - 17.1.7. Formalisierung von Ideen
- 17.2. Kreative Verfahren für Modedesign
 - 17.2.1. Das Feldnotizbuch
 - 17.2.2. Das *Moodboard*
 - 17.2.3. Grafische Forschung
 - 17.2.4. Kreative Techniken
- 17.3. Referenzen
 - 17.3.1. Kommerzielle Mode
 - 17.3.2. Kreative Mode
 - 17.3.3. Bühnenmode
 - 17.3.4. Corporate Fashion
- 17.4. Konzept der Sammlung
 - 17.4.1. Funktionalität des Kleidungsstücks
 - 17.4.2. Das Kleidungsstück als Botschaft
 - 17.4.3. Ergonomische Konzepte
- 17.5. Stilistische Codes
 - 17.5.1. Dauerhafte stilistische Codes
 - 17.5.2. Stationäre stilistische Codes
 - 17.5.3. Suche nach dem persönlichen Stempel
- 17.6. Entwicklung der Kollektion
 - 17.6.1. Theoretischer Rahmen
 - 17.6.2. Kontext
 - 17.6.3. Forschung
 - 17.6.4. Referenzen
 - 17.6.5. Schlussfolgerung
 - 17.6.6. Repräsentation der Sammlung
- 17.7. Technische Studie
 - 17.7.1. Textilkarte
 - 17.7.2. Farbkarte
 - 17.7.3. Baumwoll-Stoff für Prototypen
 - 17.7.4. Das technische Dossier
 - 17.7.5. Der Prototyp
 - 17.7.6. Stichprobe
- 17.8. Interdisziplinäre Projekte
 - 17.8.1. Zeichnung
 - 17.8.2. Mustererstellung
 - 17.8.3. Nähen
- 17.9. Produktion einer Kollektion
 - 17.9.1. Von der Skizze zur technischen Zeichnung
 - 17.9.2. Handwerkliche Workshops
 - 17.9.3. Neue Technologien
- 17.10. Kommunikations- und Präsentationsstrategien
 - 17.10.1. Modefotografie: *Lookbook*, Leitartikel und Kampagne
 - 17.10.2. Das Portfolio
 - 17.10.3. Der Laufsteg
 - 17.10.4. Andere Möglichkeiten, die Kollektion zu präsentieren

Modul 18. Nachhaltigkeit in der Mode

- 18.1. Modedesign neu denken
 - 18.1.1. Die Lieferkette
 - 18.1.2. Wichtige Themen
 - 18.1.3. Nachhaltige Modeentwicklung
 - 18.1.4. Die Zukunft der Mode
- 18.2. Der Lebenszyklus eines Kleidungsstücks
 - 18.2.1. Über den Lebenszyklus nachdenken
 - 18.2.2. Aktivitäten und Auswirkungen
 - 18.2.3. Bewertungsinstrumente und -modelle
 - 18.2.4. Nachhaltige Designstrategien

- 18.3. Qualitäts- und Sicherheitsstandards in der Textilbranche
 - 18.3.1. Qualität
 - 18.3.2. Kennzeichnung
 - 18.3.3. Sicherheit von Kleidungsstücken
 - 18.3.4. Verbraucherinspektionen
- 18.4. Geplante Obsoleszenz
 - 18.4.1. Geplante Obsoleszenz und Abfall von elektrischen und elektronischen Geräten
 - 18.4.2. Ressourcengewinnung
 - 18.4.3. Abfallerzeugung
 - 18.4.4. Recycling und Wiederverwendung von Elektroschrott
 - 18.4.5. Verantwortungsvoller Konsum
- 18.5. Nachhaltiges Design
 - 18.5.1. Design des Kleidungsstücks
 - 18.5.2. Design mit Einfühlungsvermögen
 - 18.5.3. Auswahl von Stoffen, Materialien und Techniken
 - 18.5.4. Verwendung von Monomaterialien
- 18.6. Nachhaltige Produktion
 - 18.6.1. Mustererstellung und Modellierung
 - 18.6.2. Null-Abfall-Techniken
 - 18.6.3. Konstruktion
 - 18.6.4. Design für Langlebigkeit
- 18.7. Nachhaltiger Vertrieb
 - 18.7.1. Lieferanten und Produzenten
 - 18.7.2. Engagement mit lokalen Gemeinschaften
 - 18.7.3. Verkauf
 - 18.7.4. Design nach Bedarf
 - 18.7.5. Inklusives Modedesign
- 18.8. Nachhaltige Verwendung des Kleidungsstücks
 - 18.8.1. Muster der Nutzung
 - 18.8.2. Wie kann man das Waschen reduzieren?
 - 18.8.3. Reparaturen und Instandhaltung
 - 18.8.4. Design für Korrekturen
 - 18.8.5. Modulares Kleidungsstückdesign

- 18.9. Recycling
 - 18.9.1. Wiederverwendung und Wiederaufbereitung
 - 18.9.2. Revalorisierung
 - 18.9.3. Recycling von Materialien
 - 18.9.4. Produktion im geschlossenen Kreislauf
- 18.10. Nachhaltige Modedesigner
 - 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*

Modul 19. Geschichte der Mode

- 19.1. Von Kleidung bis Mode
 - 19.1.1. Neuer Kontext und sozialer Wandel
 - 19.1.2. Die Befreiung der Frau
 - 19.1.3. Neues Konzept des Modedesigners
 - 19.1.4. Anfang des 20. Jahrhunderts
- 19.2. Moderne Kleidung
 - 19.2.1. Moderne Kleidung
 - 19.2.2. Der Aufstieg der amerikanischen Designer
 - 19.2.3. Die Londoner Szene
 - 19.2.4. New York in den 1970er Jahren
 - 19.2.5. Mode in den 80er Jahren
 - 19.2.6. Luxusgruppen mit mehreren Marken
 - 19.2.7. Funktionelle Mode
 - 19.2.8. *Activewear*
 - 19.2.9. Mode, Kunst und Popkultur
 - 19.2.10. *Celebrities*
 - 19.2.11. Fotografie und das Internet
- 19.3. Große weibliche Meister der Mode
 - 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. Große männliche Meister der Mode
 - 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. Geschichte der *Haute Couture*
 - 19.5.2. Verband für *Haute Couture* und Mode
 - 19.5.3. Mitglieder der Föderation
 - 19.5.4. Von *Haute Couture* bis *Prêt-à-Porter*
- 19.6. Kunsthandwerk
 - 19.6.1. Textilien als Kunst
 - 19.6.2. Kunsthandwerk, das die Kleidung ergänzt
 - 19.6.3. Künstler und Kunsthandwerker mit Bezug zur Mode
- 19.7. *Fast Fashion*
 - 19.7.1. Geschichte und Ursprung der *Fast Fashion*
 - 19.7.2. *Fast Fashion* Geschäftsmodell
 - 19.7.3. Auswirkungen der *Fast Fashion* in der Welt
- 19.8. Werbung und Fotografie in der Mode
 - 19.8.1. Archetypen und Stereotypen
 - 19.8.2. Das Image der Mode
 - 19.8.3. Visuelle Kommunikation der Mode
 - 19.8.4. Die großen Modefotografen
- 19.9. Der Einfluss der Mode
 - 19.9.1. Die Textilindustrie
 - 19.9.2. Die Beziehung zwischen Kunst und Mode
 - 19.9.3. Mode und Gesellschaft





- 19.10. Modetheorie und -kritik
 - 19.10.1. Aktuelle Designer und ihr Einfluss
 - 19.10.2. Aktuelle Tendenzen
 - 19.10.3. Die Trivialisierung der Mode

Modul 20. Fortgeschrittenes Modedesign

- 20.1. Märkte für Mode
 - 20.1.1. Damenmode
 - 20.1.2. Mode-Märkte
 - 20.1.3. Spezialisierte Märkte
- 20.2. Saisonale Märkte
 - 20.2.1. Saisonale Märkte
 - 20.2.2. Der Modezyklus
 - 20.2.3. Modetrends
 - 20.2.4. Trendanalyse
 - 20.2.5. Projektentwicklung
- 20.3. Kreative Forschung
 - 20.3.1. Inspiration
 - 20.3.2. Das Feldnotizbuch
 - 20.3.3. Die Materialien
 - 20.3.4. Das *Moodboard*
- 20.4. Entwicklung und Techniken
 - 20.4.1. Entwicklungsstrategien
 - 20.4.2. Elemente des Designs
 - 20.4.3. Konstruktionstechniken
 - 20.4.4. Entwicklungstechniken
 - 20.4.5. Argumentation der Kollektion
- 20.5. Modedesign
 - 20.5.1. Wie ist das Modedesign?
 - 20.5.2. Die Konfektion
 - 20.5.3. Die Modeindustrie
 - 20.5.4. Die Modekollektion
 - 20.5.5. Schneiden, Zuschneiden und Endbearbeitung

- 20.6. Mode-Accessoires
 - 20.6.1. Definition von Zubehör
 - 20.6.2. Das am häufigsten in Sammlungen verwendete Zubehör
 - 20.6.3. Die Industrie und das Zubehör
- 20.7. Wie präsentiert man das Projekt?
 - 20.7.1. Mode Präsentation
 - 20.7.2. Präsentation einer Kollektion
 - 20.7.3. Mode-Styling
- 20.8. Wo und wann präsentiert man das Projekt?
 - 20.8.1. Der Modekalender
 - 20.8.2. Die Modepresse
 - 20.8.3. Mode-Redaktionen
 - 20.8.4. Messen und Veranstaltungen
- 20.9. Strategien zur Projektkommunikation
 - 20.9.1. Zweite Zeilen
 - 20.9.2. Erweiterung der Kollektion
 - 20.9.3. Praktikabilität
- 20.10. Design und Geschäft
 - 20.10.1. Mode Unternehmertum
 - 20.10.2. Das *Branding*
 - 20.10.3. Das Marketing als Werbung
 - 20.10.4. Urheberrechte

Modul 21. Geschichte der Bekleidung

- 21.1. Vorgeschichte
 - 21.1.1. Einführung
 - 21.1.2. Prähistorische Zivilisationen
 - 21.1.3. Handel in prähistorischen Zeiten
 - 21.1.4. Prähistorisches Kostüm
 - 21.1.5. Pelze und Pelzläden
 - 21.1.6. Textilien und Techniken
 - 21.1.7. Chronologische Übereinstimmung und Ähnlichkeiten in der prähistorischen Tracht

- 21.2. Antike Zeitalter: Ägypten und Mesopotamien
 - 21.2.1. Ägypten
 - 21.2.2. Das assyrische Volk
 - 21.2.3. Das persische Volk
- 21.3. Antike Zeitalter: Klassisches Griechenland
 - 21.3.1. Kretische Tracht
 - 21.3.2. Im antiken Griechenland verwendete Stoffe
 - 21.3.3. Antike griechische Gewänder
 - 21.3.4. Antike griechische Unterwäsche
 - 21.3.5. Antikes griechisches Schuhwerk
 - 21.3.6. Hüte und Kopfbedeckungen der alten Griechen
 - 21.3.7. Antike griechische Farben und Ornamente
 - 21.3.8. Antike griechische Accessoires
- 21.4. Antike Zeitalter: Das Römische Reich
 - 21.4.1. Antike römische Textilien
 - 21.4.2. Antike römische Kleidungsstücke
 - 21.4.3. Antike römische Unterwäsche
 - 21.4.4. Antikes römisches Schuhwerk
 - 21.4.5. Antike römische Hüte und Kopfbedeckungen
 - 21.4.6. Das Verhältnis von sozialem Status und Kleidung im alten Rom
 - 21.4.7. Byzantinischer Stil
- 21.5. Hochmittelalter und Spätmittelalter
 - 21.5.1. Allgemeine historische Merkmale des Mittelalters
 - 21.5.2. Kostüme im frühen Mittelalter
 - 21.5.3. Kostüme in der Karolingerzeit
 - 21.5.4. Kostüme in der romanischen Epoche
 - 21.5.5. Gothic Kostüm
- 21.6. Das moderne Zeitalter: Renaissance, Barock und Rokoko
 - 21.6.1. 15. und 16. Jahrhundert: Renaissance
 - 21.6.2. 17. Jahrhundert: Barock
 - 21.6.3. 18. Jahrhundert: Rokoko

- 21.7. Zeitgenössisches Alter: Neoklassizismus und Romantik
 - 21.7.1. Die Kleidungsindustrie
 - 21.7.2. *Charles Fréderick Worht*
 - 21.7.3. *Jacquet Doucet*
 - 21.7.4. Frauenbekleidung
 - 21.7.5. Josefina Bonaparte: der imperialistische Stil
- 21.8. Zeitgenössisches Alter: Viktorianische Epoche und Belle Époque
 - 21.8.1. Königin *Victoria*
 - 21.8.2. Herrenbekleidung
 - 21.8.3. *Dandy*
 - 21.8.4. *Paul Poiret*
 - 21.8.5. Madeleine Vionnet
- 21.9. Zeitgenössisches Zeitalter: vom Kostüm zur Mode
 - 21.9.1. Neuer Kontext und sozialer Wandel
 - 21.9.2. Modedesigner
 - 21.9.3. *Coco Chanel*
 - 21.9.4. *Der New Look*
- 21.10. Zeitgenössisches Zeitalter: das Jahrhundert der Designer und der Mode
 - 21.10.1. Moderne Kleidung
 - 21.10.2. Der Aufstieg der amerikanischen Designer
 - 21.10.3. Die Londoner Szene

Modul 22. Schnittmusterherstellung für Männer

- 22.1. Entwicklung der Herrenmode
 - 22.1.1. Sozialer und historischer Kontext der Herrenmode
 - 22.1.2. Der Verzicht auf Ornamente und die Rückeroberung des Rechts auf Mode
 - 22.1.3. Geschichte der Schneiderei
- 22.2. Herrenbekleidung
 - 22.2.1. Arten von Kleidung und Variationen
 - 22.2.2. Accessoires für Männer
 - 22.2.3. Markenanalyse und Kommunikation
 - 22.2.4. Aktuelle Trends

- 22.3. Studie der männlichen Morphologien
 - 22.3.1. Die Evolution des männlichen Körpers
 - 22.3.2. Studie über den männlichen Körper
 - 22.3.3. Typologie des männlichen Körpers
- 22.4. Hemdenmuster
 - 22.4.1. Maßnahmen
 - 22.4.2. Gestaltung
 - 22.4.3. Variationen
- 22.5. Hosenmuster
 - 22.5.1. Maßnahmen
 - 22.5.2. Gestaltung
 - 22.5.3. Variationen
- 22.6. Layout der Jacke
 - 22.6.1. Maßnahmen
 - 22.6.2. Gestaltung
 - 22.6.3. Variationen
- 22.7. Jackenrevers-Designs
 - 22.7.1. Maßnahmen
 - 22.7.2. Gestaltung
 - 22.7.3. Variationen
- 22.8. Westenmuster
 - 22.8.1. Maßnahmen
 - 22.8.2. Gestaltung
 - 22.8.3. Variationen
- 22.9. Der Herrenmantel
 - 22.9.1. Maßnahmen
 - 22.9.2. Gestaltung
 - 22.9.3. Variationen
- 22.10. Traditionelle Anzugsanfertigung
 - 22.10.1. Materialien
 - 22.10.2. Futter
 - 22.10.3. Montage
 - 22.10.4. Nähen

06 Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.



Die Studenten lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

“ *Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein* **”**

Die Fallmethode ist das von den besten Fakultäten der Welt am häufigsten verwendete Lernsystem. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden Sie mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen Ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und Ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.



Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten Online-Universität in Spanisch zu verbessern.

In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -Instrumente ausgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihr Fachgebiet einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert baut Wissen und Gedächtnis auf und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

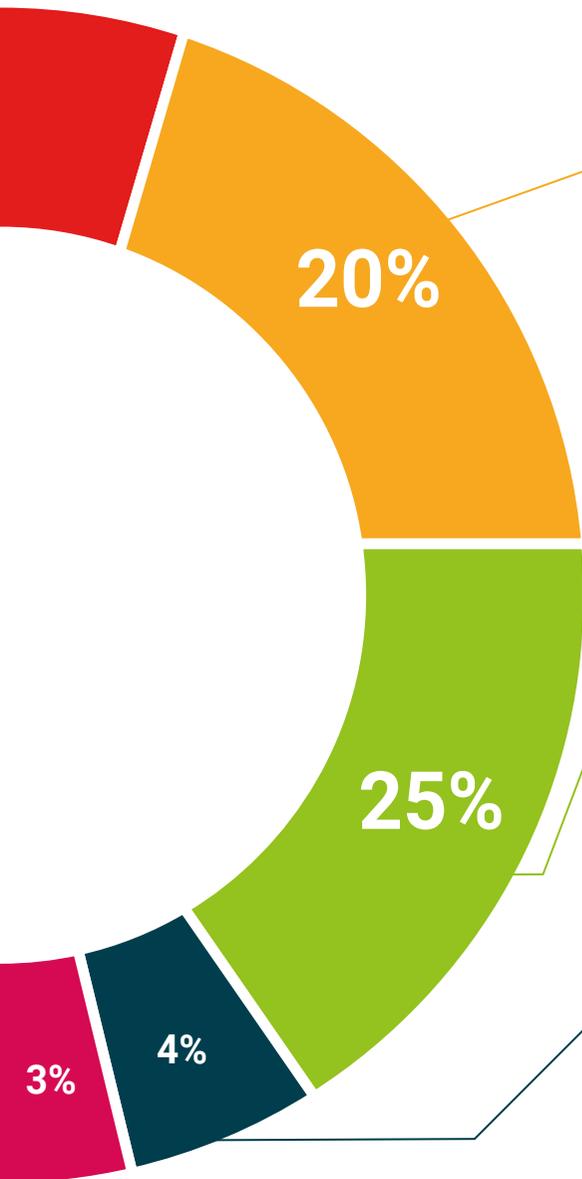
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Fallstudien

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



07

Qualifizierung

Der Weiterbildender Masterstudiengang in Integrales Modedesign garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss
ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Weiterbildender Masterstudiengang in Integrales Modedesign** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Weiterbildender Masterstudiengang in Integrales Modedesign**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **3.000 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung innovativ
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Weiterbildender
Masterstudiengang
Integrales Modedesign

- » Modalität: online
- » Dauer: 2 Jahre
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Weiterbildender Masterstudiengang Integrales Modedesign

