

Grand Master

Diseño de Moda Integral





Grand Master

Diseño de Moda Integral

- » Modalidad: online
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 120 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/disenogrand-master/grand-master-diseno-moda-integral

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competencias

pág. 16

04

Dirección del curso

pág. 20

05

Estructura y contenido

pág. 28

06

Metodología

pág. 52

07

Titulación

pág. 60

01

Presentación

Los nuevos hábitos sociales han convertido a la moda en uno de los elementos culturales más importantes de la actualidad. Así, la estética visual forma parte de la identidad de los individuos y eso se refleja a nivel comercial, puesto que el diseño de estos productos cada vez tiene un mayor peso para todo tipo de compañías. Por esa razón, las grandes marcas buscan diseñadores que puedan aportarles nuevas perspectivas con las que sorprender y destacar. Este programa le ofrece al profesional la oportunidad de profundizar en este campo, preparándose para diseñar todo tipo de prendas, enfocándose tanto a la moda femenina como masculina. Todo ello, a partir de un sistema de enseñanza 100% online.



“

Sueñas con ver tus diseños en las pasarelas de París, Milán o Nueva York y este programa te proporcionará todo lo que necesitas para conseguirlo”

La moda evoluciona de forma constante, impulsada por genios creativos que conocen, con años de antelación, cuáles van a ser las próximas tendencias. Así, la influencia de estas personas es enorme, ya que la importancia del diseño, de la indumentaria y de los tejidos es cada vez más importante a nivel social y cultural. En definitiva, millones de personas se definen, en buena medida, a partir de su apariencia, y la ropa tiene un enorme peso en este ámbito.

Por esa razón, las grandes compañías textiles y las casas de diseño más prestigiosas buscan constantemente a las próximas estrellas del diseño, que no sólo conozcan todas las técnicas de confección y métodos de trabajo, sino que puedan aportar una visión novedosa y un estilo revolucionario a sus prendas. Este Grand Master, por tanto, ha sido elaborado con esa perspectiva en mente, ya que aportará al alumno todo lo que necesita para poder destacar en este competitivo y apasionante mundo.

Para ello, le proporcionará los mejores conocimientos en cuestiones como el diseño de indumentaria, el diseño de joyas y accesorios, la comercialización de una colección, las mejores técnicas de patronaje y confección, tanto masculino como femenino, el dibujo de moda, la tecnología textil o la historia de la indumentaria, entre muchas otras.

El diseñador, por tanto, podrá convertirse en una figura destacada en este ámbito gracias a este programa, que se desarrolla mediante un sistema de aprendizaje 100% online especialmente pensado para profesionales en activo. Asimismo, dispondrá del acompañamiento del mejor cuadro docente, que se encargará de orientar al alumno empleando numerosos recursos multimedia: vídeos, clases magistrales, resúmenes interactivos o todo tipo de lecturas complementarias.

También, a lo largo de este itinerario académico, el alumnado recibirá un grupo de *Masterclasses* impartido por un prestigioso exponente de la industria de la moda. Este especialista, a modo de Director Invitado internacional, impartirá conocimientos avanzados sobre el sector, haciendo referencia a las últimas tendencias y tecnologías. Así, los egresados de este programa dispondrán de un bagaje y competencias teórico-prácticas únicas.

Este **Grand Master en Diseño de Moda Integral** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ◆ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en diseño y moda
- ◆ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ◆ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ◆ Su especial hincapié en metodologías innovadoras en el Diseño de Moda Integral
- ◆ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ◆ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Una creadora visionaria y de perfil internacional dentro de la industria de la Moda forma parte del excepcional cuadro docente de esta titulación universitaria”

“

Este programa no solo ofrece un recorrido por la historia y la técnica de diseño de moda, sino que te aportará una gran visión creativa con la que mejorar tus confecciones”

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

El sistema 100% online de TECH le permitirá estudiar a su ritmo, sin interrumpir su vida diaria, sin someterlo a rígidos horarios.

Tendrá a su disposición los mejores recursos didácticos, impartidos por un cuadro docente de gran prestigio en el ámbito de la moda.



02

Objetivos

El objetivo principal de este Grand Master en Diseño de Moda Integral es proporcionar al profesional todas las herramientas necesarias para convertirse en una figura destacada en este importante ámbito artístico. Y para ello, ha reunido a un cuadro docente de gran prestigio, que ha preparado los contenidos más completos y actualizados, y pone a disposición del alumno un método de aprendizaje flexible que se adaptará a sus circunstancias personales.





“

Este Grand Master integra todos los contenidos necesarios para diseñar al más alto nivel”



Objetivos generales

- ◆ Desarrollar habilidades virtuales para el nuevo entorno de la moda, manejando los códigos actuales y fomentando el espíritu creativo y artístico
- ◆ Elaborar un proyecto de diseño profesional con capacidad de repercusión global basado en las nuevas oportunidades
- ◆ Diseñar con conciencia en el uso de materiales, gracias a un conocimiento profundo en el uso de tejidos
- ◆ Tener agilidad y flexibilidad para afrontar los cambios con una perspectiva interdisciplinar
- ◆ Materializar la conexión entre el mundo imaginario y el mundo real
- ◆ Obtener un conocimiento pormenorizado sobre el diseño de la moda y su evolución, que será relevante para el trabajo de los profesionales que desean desarrollarse en este sector
- ◆ Realizar diseños sobre el papel y técnicas digitales que reflejen el diseño ideado
- ◆ Utilizar las técnicas del patronaje y la confección a la creación de prendas y complementos
- ◆ Diseñar proyectos de moda de éxito
- ◆ Aprender sobre la fotografía de moda para sacar el mejor partido posible de las colecciones creadas
- ◆ Desarrollar las habilidades precisas que permitan a los alumnos convertirse en grandes diseñadores de moda masculina, ya sea a través de su propia firma o trabajando para compañías y marcas líderes del sector
- ◆ Diseñar proyectos de moda masculina que adquieran el favor del público





Objetivos específicos

Módulo 1. Diseño estructural e integral de moda

- ◆ Concebir ideas y representarlas de un modo visual
- ◆ Conocer en profundidad la estructura de la figura humana para comunicar la función de la prenda
- ◆ Saber manejar las técnicas tradicionales, junto con aquellas herramientas tecnológicas, que permiten esbozar un patrón casi sin tener nociones gráficas

Módulo 2. El producto textil

- ◆ Profundizar en la estructura de la silueta y las medidas
- ◆ Conocer los fundamentos del diseño de prendas y accesorios
- ◆ Realizar el testado de los productos diseñados

Módulo 3. El diseño de joyas y accesorios

- ◆ Conceptualizar y diseñar una colección de complementos a nivel profesional asegurando su viabilidad
- ◆ Desarrollar un patronaje técnico y artesanal, poniendo especial cuidado en la elección de materiales
- ◆ Obtener un conocimiento especializado sobre las gemas y piedras preciosas, pero también sobre herramientas digitales específicas del sector

Módulo 4. Indumentaria de prendas especiales

- ◆ Aprender a diseñar vestuarios para cine, teatro y televisión
- ◆ Ser capaz de crear colecciones deportivas que sean atractivas para el público
- ◆ Especializarse en prendas de alta costura

Módulo 5. CLO Virtual Fashion Design

- ◆ Utilizar diferentes herramientas de diseño 2D y 3D
- ◆ Conocer en profundidad y ser capaz de manejar el programa CLO Virtual Fashion
- ◆ Saber diseñar vestuarios digitales para videojuegos

Módulo 6. Estilismo y tendencias en la moda

- ◆ Saber elaborar un informe de tendencias predictivo que minimice riesgos y optimice los recursos de los diseñadores
- ◆ Conocer las nuevas tendencias de la moda y los estilos de vida de los consumidores para crear diseños que susciten interés

Módulo 7. La identidad visual = UX + branding

- ◆ Desarrollar la creatividad artística mediante el análisis científico de los datos
- ◆ Aprender a pensar desde cuestionamiento y el análisis de las variables adecuadas a la moda
- ◆ Predecir las tendencias de moda mediante la identificación de patrones de conducta, la construcción de secuencias de hechos y su traducción a un esquema de representación
- ◆ Dominar las principales herramientas y programas de *data science*, entendiendo qué es y para qué sirve la inteligencia artificial, así como cuándo aplicarla
- ◆ Entender el funcionamiento y familiarizarse con los lenguajes de programación
- ◆ Desarrollar el uso y la práctica de las principales herramientas tecnológicas del marketing digital de moda, aplicando métricas esenciales y específicas que permitan evaluar la toma de decisiones desde un departamento de innovación
- ◆ Construir una identidad representable, de crecimiento exponencial de una marca de moda creando un hilo argumental de vida
- ◆ Replicar el funcionamiento de las herramientas tecnológicas en la mayor parte de sectores que componen la moda: cosmética, joyería, vestido y calzado

Módulo 8. Comercialización de la colección

- ♦ Ser capaz de proyectar una imagen adecuada de la marca o colección
- ♦ Presentar al público las colecciones de manera atractiva y coherente
- ♦ Saber coordinar eventos de moda y fomentar el uso de prendas sostenibles

Módulo 9. Gestión de compras para la moda

- ♦ Aprender a gestionar cada uno de los procesos de la comercialización de una prenda
- ♦ Realizar un análisis exhaustivo que ayude a comprender las intenciones de compra del cliente
- ♦ Proveerse de los productos más vendidos antes de la finalización de *stock*
- ♦ Dominar las herramientas tecnológicas que son la base del *big data* y que permitirán obtener una ventaja sobre los competidores al reducir los tiempos

Módulo 10. Taller de emprendimiento y dirección creativa

- ♦ Diseñar ideas de éxito con una propuesta de valor diferencial a través de los diferentes modelos de negocio que existen en la moda
- ♦ Desarrollar la capacidad de análisis y visión de mercado capaz de construir un ecosistema de marca consistente y duradero
- ♦ Comercializar el valor diferencial de una firma de moda, gracias al desarrollo de una actitud creativa e innovadora
- ♦ Aportar nuevas perspectivas al mercado del diseño internacional con visión de futuro
- ♦ Aplicar el pensamiento reflexivo a acciones concretas y hacer de la creatividad un valor transformador liderando el cambio actual

Módulo 11. Fundamentos e introducción al diseño

- ♦ Conocer las bases del diseño, así como a los referentes, estilos y movimientos que le han dado forma desde sus inicios hasta nuestros días
- ♦ Conectar y correlacionar las distintas áreas del diseño, campos de aplicación y ramas profesionales
- ♦ Elegir las metodologías de proyecto adecuadas para cada caso
- ♦ Conocer los procesos de ideación, creatividad y experimentación y saber aplicarlos a proyectos
- ♦ Integrar el lenguaje y la semántica en los procesos de ideación de un proyecto, relacionándolos con sus objetivos y valores de uso

Módulo 12. Patronaje y confección

- ♦ Conocer el desarrollo y la representación de un patrón
- ♦ Aprender a crear autónomamente cualquier tipo de patrón
- ♦ Conocer los fundamentos de la costura
- ♦ Distinguir los tipos de herramientas y maquinaria en la fabricación de prendas
- ♦ Identificar los materiales textiles y sus usos principales
- ♦ Desarrollar métodos de investigación práctica para la creación creativa de prendas

Módulo 13. Fotografía

- ♦ Comprender de forma básica las cámaras fotográficas
- ♦ Conocer los softwares de revelado y edición de fotográfica
- ♦ Manejar y comprender el vocabulario y conceptos básicos del lenguaje visual y audiovisual
- ♦ Analizar críticamente imágenes de diferente índole
- ♦ Manejar recursos y fuentes referidos a la materia

Módulo 14. Dibujo de moda

- ♦ Comprender la anatomía humana y las principales características de la misma para poder representarla en el figurín de moda
- ♦ Conocer el canon del cuerpo humano para permitir la estilización del figurín de moda
- ♦ Analizar y distinguir exhaustivamente las zonas del cuerpo humano más importantes en la realización de un figurín de moda
- ♦ Diferenciar las técnicas de representación gráfico-plásticas en la ilustración de moda
- ♦ Buscar el estilo personal en el figurín de moda como sello de identidad distintivo del diseñador de moda

Módulo 15. Tecnología textil

- ♦ Identificar diferentes tipos de fibras textiles
- ♦ Seleccionar un material textil para un diseño concreto según sus propiedades
- ♦ Conocer las técnicas de tinción
- ♦ Dominar los ligamentos para saber aplicarlos en el trabajo diario
- ♦ Conocer las propiedades de los diferentes materiales y las técnicas para su manipulación y elaboración
- ♦ Conocer las técnicas principales de estampación textil

Módulo 16. Sistemas de representación aplicados a la moda

- ♦ Diferenciar los contextos profesionales de aplicación del dibujo técnico de moda y comprender la utilidad de las características de este tipo de representación
- ♦ Saber cómo realizar dibujos planos de prendas
- ♦ Entender cómo se realizan dibujos planos de prendas que comunican al patronista y al confeccionista las características de cada modelo
- ♦ Conocer cómo representar diferentes accesorios de moda
- ♦ Saber realizar una ficha técnica altamente descriptiva

Módulo 17. Diseño de moda

- ♦ Comprender las diferentes metodologías de trabajo aplicadas al diseño de moda
- ♦ Desarrollar procedimientos creativos que ayudan en la labor del diseño de moda
- ♦ Introducir al alumno a los procedimientos técnicos necesarios para la realización de un proyecto de moda
- ♦ Conocer los diferentes medios de difusión y comunicación del producto moda
- ♦ Entender el proceso de realización de proyectos de moda en todas sus fases
- ♦ Adquirir recursos para la presentación visual y comunicación del proyecto moda

Módulo 18. Sostenibilidad en moda

- ♦ Entender que el estilo de vida actual del ser humano nos convierte en consumidores insostenibles
- ♦ Adquirir e incorporar criterios medioambientales y de sostenibilidad en la fase de concepción y desarrollo del diseño
- ♦ Conocer medidas preventivas y adecuadas para disminuir el impacto medioambiental
- ♦ Utilizar la sostenibilidad como un requisito en la metodología del diseño
- ♦ Proporcionar al alumnado de fuentes de inspiración naturales y respetables con el medioambiente

Módulo 19. Historia de la moda

- ◆ Reunir estrategias metodológicas y estéticas que ayuden a fundamentar y desarrollar procesos creativos
- ◆ Asociar el lenguaje formal y simbólico con la funcionalidad en el campo de la moda
- ◆ Justificar las contradicciones entre el lujo de la moda y los valores éticos
- ◆ Reflexionar sobre la incidencia que tiene la innovación y calidad de la producción de la moda, el prêt-à-porter y la moda *low cost* en la calidad de vida y del medio ambiente
- ◆ Conocer y valorar los usos y modos históricos por los que la moda viene recurriendo a la construcción de imaginarios
- ◆ Saber realizar correctas lecturas denotativas y connotativas de imágenes moda

Módulo 20. Diseño de moda avanzado

- ◆ Desarrollar un pensamiento crítico ante las prácticas, tendencias, y resultados del diseño de moda, desarrollando un criterio personal fundamentado
- ◆ Ser capaz de comprender y comunicar visualmente la información, dominar las técnicas de exposición gráfica de proyectos de diseño
- ◆ Conocer a un nivel básico procesos de construcción, tecnología de materiales y técnicas de producción y de las disciplinas correspondientes
- ◆ Tener capacidad para desarrollar con coherencia un proceso de diseño respondiendo adecuadamente a un conjunto ordenado de necesidades y requerimientos





Módulo 21. Historia de la indumentaria

- ◆ Identificar el lenguaje y los recursos expresivos en relación con los contenidos
- ◆ Elegir recursos de investigación e innovación para resolver cuestiones planteadas dentro de las funciones, necesidades y materiales de la indumentaria
- ◆ Distinguir los procesos psicológicos en la evolución de las piezas en la historia de la indumentaria
- ◆ Asociar el lenguaje formal y simbólico con la funcionalidad en el campo de la indumentaria
- ◆ Demostrar la interrelación entre los elementos indumentarios y los campos humanísticos
- ◆ Justificar las contradicciones entre el lujo indumentario y los valores éticos
- ◆ Reflexionar sobre la incidencia que tiene la innovación y calidad de la producción indumentaria en la calidad de vida y del medio ambiente

Módulo 22. Patronaje masculino

- ◆ Conocer la historia de la moda masculina
- ◆ Tener criterio propio, argumentado en el conocimiento, para el desarrollo de la moda masculina
- ◆ Comprender la morfología masculina y sus peculiaridades
- ◆ Conocer los patrones más utilizados en la moda masculina
- ◆ Aprender a realizar un traje de sastre

03

Competencias

A lo largo de este Grand Master el diseñador podrá desarrollar una serie de competencias enfocadas a la labor profesional que le convertirán en una figura capaz de trabajar en múltiples sectores y con diferentes enfoques, ya que este programa no se centra en único aspecto del diseño. Por eso, esta titulación es una gran opción para obtener las mejores oportunidades profesionales en una industria que necesita nuevas mentes creativas.



“

Conoce todas las técnicas de diseño, patronaje y confección gracias a este programa, cuyo temario y enfoque abarcan una gran cantidad de cuestiones relevantes en este ámbito artístico y cultural”



Competencias generales

- ◆ Desarrollar las habilidades necesarias para manejarse con éxito en el diseño de moda
- ◆ Liderar proyectos exitosos, que sean demandados por el público
- ◆ Diseñar colecciones que se luzcan en las principales pasarelas nacionales e internacional
- ◆ Obtener una visión general del sector que permita ser más competitivo
- ◆ Crear diseños atractivos que se conviertan en un *must* de la temporada
- ◆ Aplicar los criterios históricos de la industria de la moda a diseños actuales, para que se conviertan en prendas indispensables en cualquier armario
- ◆ Desarrollar comunicaciones efectivas sobre el negocio de la moda
- ◆ Emplear programas y softwares de edición fotográfica

“

En este programa adquirirás todas las destrezas necesarias para realizar los mejores diseños de moda femenina o masculina”





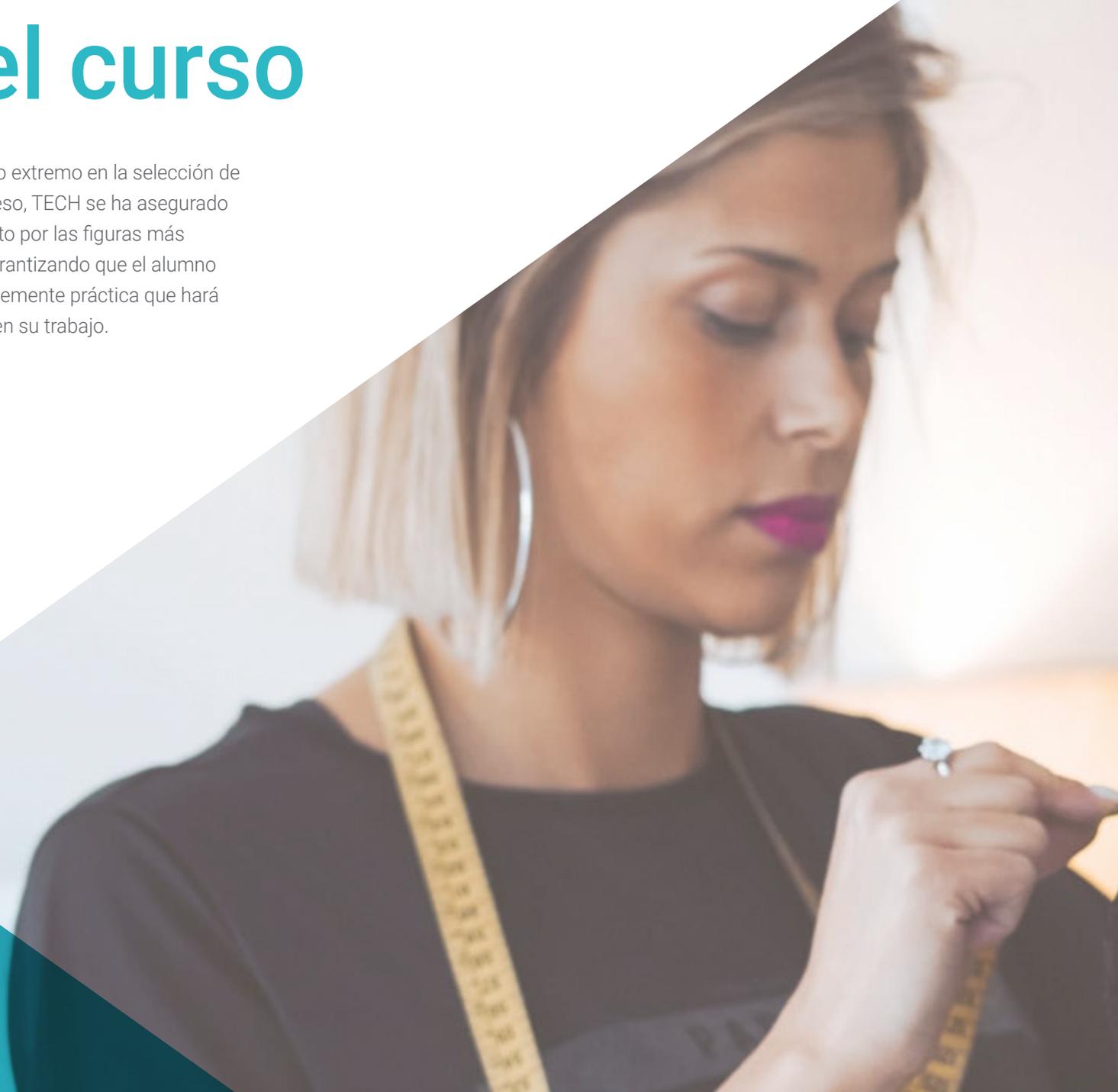
Competencias específicas

- ◆ Conocer en profundidad todas las fases del diseño de moda para lograr que el producto final sea todo un éxito
- ◆ Tener un pensamiento crítico sobre la cultura actual de la moda
- ◆ Aplicar las técnicas y materiales más sostenibles para crear diseños adaptados a las exigencias de la sociedad actual
- ◆ Utilizar las principales técnicas y tecnologías textiles para realizar prendas de calidad
- ◆ Controlar todas las fases de la comercialización de una prenda
- ◆ Coordinar y dirigir pasarelas de moda
- ◆ Desarrollar una marca propia de moda que alcance el éxito en el mercado
- ◆ Aplicar técnicas de marketing que favorezcan el posicionamiento y mayor conocimiento de la marca
- ◆ Conocer las tendencias actuales del sector de la moda y crear esas colecciones que se conviertan en un *must* de la temporada
- ◆ Manejar con seguridad el programa CLO Virtual Fashion, fundamental para crear prendas para la industria de los videojuegos
- ◆ Diseñar joyas y otros accesorios que adquieran el favor del público
- ◆ Tener conocimientos sobre la evolución de la historia de la moda
- ◆ Realizar un patronaje según el cuerpo de una niña, joven o mujer
- ◆ Aplicar la metodología diseñadas por grandes exponentes de la moda para resolver los problemas del diseño
- ◆ Aprender a realizar el patrón de una falda, pantalón y vestido, combinándolos para crear nuevas puestas de moda
- ◆ Emplear distintos materiales para recrear la textura de la tela en los diseños de bocetos
- ◆ Realizar un portafolio con los diseños que se presentaran en pasarela
- ◆ Usar las referencias de grandes maestros de la moda para aplicarlas en diseños actuales
- ◆ Aplicar las bases del diseño de moda a la creación de prendas masculinas
- ◆ Realizar dibujos artísticos en los que quede plasmado cada detalle del diseño
- ◆ Manejarse con éxito en el ámbito de la fotografía, aplicando las principales técnicas para realizar imágenes con gran detalle que muestren las prendas de manera fiel
- ◆ Realizar cualquier tipo de patrón necesario para la creación de una prenda masculina
- ◆ Conocer en profundidad la historia de la indumentaria para aplicar los recursos más útiles y novedosos en los diseños
- ◆ Realizar trajes masculinos que se adapten a las necesidades y gusto de la sociedad actual
- ◆ Realizar dibujos técnicos que muestren claramente las características de las prendas y complementos

04

Dirección del curso

Una disciplina tan apasionante y compleja exige un cuidado extremo en la selección de los diferentes elementos que componen el programa. Por eso, TECH se ha asegurado de que el profesorado de este Grand Master esté compuesto por las figuras más prestigiosas y experimentadas en el mundo de la moda, garantizando que el alumno obtenga el mejor aprendizaje, con una perspectiva eminentemente práctica que hará posible que pueda aplicar todo lo aprendido directamente en su trabajo.





“

Los mayores especialistas en diseño te esperan en este Grand Master para transmitirte todas las claves del éxito en el mundo de la moda”

Directora Invitada Internacional

Jane Francis es una reconocida **diseñadora y visionaria** con una impresionante carrera dentro de la industria de la Moda. A finales de la década de 1980, fundó su propia marca, dedicada a la **elaboración de exquisitas prendas de lana de merino sostenible australiano**, tejidas a mano y con materiales locales. Además de textiles, **ha incursionado en la joyería** y revolucionarias colecciones sin género. En la actualidad, sus piezas son una sensación internacional presentes las páginas de revistas como **Vogue** y vendidas en tiendas como **Liberty, Hyper-Hyper, Harrods en Londres, Saks y Patricia Field** en Nueva York.

Asimismo, por más de una década, colaboró con la legendaria Vivienne Westwood, **pionera en la defensa de la justicia climática a través de la Moda**. Durante ese período, orquestó **icónicas presentaciones en pasarelas** y creó **artículos únicos para las colecciones Gold y Red** de la mencionada activista. De acuerdo con varios críticos de la industria, su enfoque en estampados textiles, accesorios y calzados ha dejado una marca ineludible en el legado de la propia Westwood.

Gracias a su dilatada experiencia, Jane Francis ha desarrollado numerosos **programas cortos para pregrado y posgrado** relacionados con la **creación de accesorios y calzados**. En 2012, coescribió y desarrolló el innovador **curso de Moda en Joyería BA (Hons)**, afianzando aún más su reputación como una **figura influyente en la educación y la industria**. También, ha impartido numerosas conferencias en todo el mundo, incluyendo sitios como Moscú, Ciudad de México y Estambul. A su vez, es **líder de la Pathway de Productos de Moda** en la Parsons School of Fashion en Nueva York.

Además de esas actividades, la experta combina sus obligaciones con la **consultoría independiente, estilismo y fotografía**, colaborando con **varias marcas de Moda y diseñadores internacionales**. En 2018, fundó **"thecovertroom"**, un dinámico espacio de galería y exhibición que sirve como plataforma para practicantes emergentes, marginados y subrepresentados a nivel global, así como para comunidades LGBTQ+, con presencia en Nueva York, Londres y Australia.



Dña. Francis, Jane

- Directora Asociada del Programa de Diseño de Moda BFA en la Parsons School of Fashion en Nueva York
- Diseñadora internacional de Moda para varias marcas
- Líder del proyecto “thecoverroom”
- Asesora de Moda en consultoría independiente, estilismo y fotografía
- Colaboradora de las colecciones Gold y Red de la diseñadora Vivienne Westwood
- Fundadora de un taller artesanal de prendas de lana de merino sostenible australiano
- Máster en Art Design y Comunicación en Educación Superior por la Universidad de Artes de Londres
- Miembro de la Academia de Educación Superior del Reino Unido



Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”

Dirección



Dra. García Barriga, María

- Doctora en Diseño y Datos de Marketing
- Comunicadora en RTVE
- Comunicadora en Telemadrid
- Docente Universitaria
- Autora de *El patrón de la eternidad*, creación de una Identidad en Espiral para la Automatización de Tendencias de Moda
- Comunicación, Marketing y Campañas Sociales, Patrimonio de las Artes y Marketing Digital
- Editor en Jefe de Chroma Press
- Ejecutivo de Cuentas de Marketing y Redes Sociales en Servicecom
- Redactor de Contenidos Web en Premium Difusión, Diario Siglo XXI y Managers Magazine
- Doctorado, Diseño y Datos de Marketing por la Universidad Politécnica de Madrid
- Licenciado en Ciencias de la Información, Comunicaciones, Marketing y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid
- Posgrado en Marketing y Comunicación en Empresas de Moda y Lujo por la Universidad Complutense de Madrid
- Certificada en *Data Analysis & Creativity* con Python, China
- MBA *Fashion Business School* en la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra

Profesores

Dña. García Barriga, Elisa

- ◆ Fotógrafa Especializada en Redes Sociales
- ◆ Dinamizadora y Community Manager
- ◆ Responsable de Campañas en Cosmética Natural El Sapo
- ◆ Asesora de Imagen y de Fotografía para colegios privados de toda España
- ◆ Fotógrafa Especializada en Imágenes para Redes Sociales, Lenguaje no Verbal y Creación de Ambientes para la Fotografía Escolar
- ◆ Licenciada en Magisterio

D. Pereira Paz, Juan Carlos

- ◆ Director del Proyecto Diseño y Autores Bolivianos (DAB)
- ◆ Reconocido Diseñador Internacional
- ◆ Especialista en Comunicación y Marketing de Moda
- ◆ Numerosas apariciones en revistas de moda y cultura como: Vogue Rusia, Harper's Bazaar Rusia, L' Officiel Italia, L' Officiel Arabia, Vogue Italia, Vogue México, Elle China, L' Officiel Argentina

Dña. Vela Covisa, Susana

- ◆ Directora de la agencia Polka Press Comunicación
- ◆ Fundadora y Directora de la Pasarela Atelier Couture e Impulsora y Coordinadora del espacio Sustainable Experience de MOMAD
- ◆ Profesora y Tutora en diferentes universidades, escuelas de negocio y centros de formación
- ◆ Técnico Superior de Moda, con formación adicional en Moda Sostenible, Especializada en Eco Diseño, Moda y Comunicación

Dña. Rodríguez Flomenboim, Florencia

- ◆ Especialista en Moda, Editorial y Tendencias
- ◆ Creativa escénica de diferentes obras teatrales, centrándose en la simbología de la imagen
- ◆ Productor y Editor de Moda en varias entidades
- ◆ Consultor Externo de Marketing y Branding en varias entidades
- ◆ Asesora de imagen en varias entidades
- ◆ Gestión de *Showrooms* e implementación de *Concept Stores*
- ◆ Gerente General de Área en Alvato
- ◆ Licenciada en Artes Escénicas por la Escuela Superior de Arte Dramático. Murcia
- ◆ Diplomada en Relaciones Internacionales por el Marketing por el ITC Sraffa. Milán
- ◆ Maestría en Producción de Moda, Editorial y Diseño de Moda por la American Modern School of Design

D. Holgueras, Javier

- ◆ Planificador de Gestión de la Cadena de Suministro en Zalando
- ◆ Analista Comercial para Apple en su sede de Irlanda
- ◆ Gerente de Mercados para Kellogg's
- ◆ Planificador de Ingresos por Ventas y Desarrollo en Mondelēz International
- ◆ Administrador de Ejecución para Colgate-Palmolive
- ◆ Máster en *Big Data* y Análisis de Negocios por la Escuela de Organización Industrial de Madrid
- ◆ Máster en Ingeniería Industrial por la Universidad de Valladolid
- ◆ Grado en Economía por la Universidad Nacional de Educación a Distancia

Dña. Romero Monente, Begoña

- ◆ Directora General de la agencia Young Promotion
- ◆ Mentora personal y Coach para Emprendedores
- ◆ Conferenciante y Docente en diversos cursos de *Retail Management*, Marketing Digital y Gestión de Personas
- ◆ Coordinadora en la Airport Promotion Agencies Association
- ◆ Locutora, Redactora y Responsable de Comunicación en distintos medios *on/off*
- ◆ Licenciada en Periodismo por la Universidad de Málaga
- ◆ Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Oberta de Catalunya
- ◆ Máster en Marketing por la Universitat Oberta de Catalunya
- ◆ MBA en ISEM Fashion Business School de la Universidad de Navarra
- ◆ Coach certificado en la Escuela Europea de Coaching

Dña. Miñana Grau, Mari Carmen

- ◆ Diseñadora Textil en Petite Antoinette
- ◆ Diseñadora en la firma Donzis Estudios
- ◆ Diseñadora en SummonPress
- ◆ Patronista en Valentín Herraiz
- ◆ Graduada en Diseño de Moda por Barreira Arte y Diseño
- ◆ Experta en Diseño Digital con Adobe Illustrator
- ◆ Especialidad en Patronaje, Corte y Confección de Indumentaria Valenciana por Aitex Paterna





Dña. Anguiano, Daniela

- ◆ Diseñadora de moda y gráfica, y creadora de contenido
- ◆ Diseñadora gráfica, *community manager* y creadora de contenido. Asociación entre Mujeres y Soulem
- ◆ Diseñadora de moda y gráfica. Fasrev. International Team
- ◆ Diseñadora de moda y gráfica para el diseñador Fernando Claro
- ◆ Fundadora y directora artística. Pipper's Design
- ◆ Fundadora y Directora artística. The Flower Shop Chile
- ◆ Diseñadora textil. Baby Zanell
- ◆ Diseñadora de Moda y Textil. Universidad de Palermo
- ◆ Curso en Producción de Moda. EBA
- ◆ Curso Elle Education en Branded Content Creator. Mindway

“ *Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria*”

05

Estructura y contenido

Este Grand Master ha sido estructurado en 22 módulos especializados, a través de los cuales el profesional podrá ahondar en diferentes cuestiones de relevancia como el diseño estructural e integral en moda, deteniéndose en aspectos como el dibujo expresión o la composición, los diferentes productos y tecnologías textiles, los fundamentos del diseño, la investigación creativa, la historia de la indumentaria o la fotografía dirigida al ámbito de la moda. Con ello, el alumno habrá obtenido unos conocimientos completos que le harán poder progresar en esta industria de forma rápida y segura.





“

Tienes a tu alcance los mejores contenidos para desarrollar una carrera de éxito en el mundo de la moda”

Módulo 1. Diseño estructural e integral de moda

- 1.1. Dibujo expresivo
 - 1.1.1. Estructura anatómica del cuerpo humano
 - 1.1.2. El espacio tridimensional
 - 1.1.3. La perspectiva y el análisis *Matrix*
- 1.2. Semiótica visual
 - 1.2.1. El color y la luz en las formas tridimensionales
 - 1.2.2. El contorno y el sombreado
 - 1.2.3. El movimiento de las prendas en la anatomía femenina y masculina
- 1.3. Composición I
 - 1.3.1. Volumen
 - 1.3.2. Silueta femenina y silueta masculina
 - 1.3.3. Forma y forma negativa
- 1.4. Composición II
 - 1.4.1. Simetría y asimetría
 - 1.4.2. Construcción y deconstrucción
 - 1.4.3. Drapeados y adornos joya
- 1.5. Herramientas de representación
 - 1.5.1. El boceto geométrico
 - 1.5.2. Técnicas de *rapid sketching* y veneno
 - 1.5.3. *Canva*
- 1.6. Metodología del diseño
 - 1.6.1. Diseño asistido por ordenador
 - 1.6.2. CAD/CAM: prototipos
 - 1.6.3. Productos terminados y tiradas de producción
- 1.7. Customización y transformación de prendas
 - 1.7.1. Corte, ensamblaje y acabado
 - 1.7.2. Adaptaciones de patrones
 - 1.7.3. Personalizaciones para prendas de vestir
- 1.8. *Packaging*
 - 1.8.1. El envoltorio como extensión del *branding*
 - 1.8.2. *Packaging* sostenible
 - 1.8.3. Personalización automatizada

- 1.9. *Atomic Design*
 - 1.9.1. Componentes del sistema
 - 1.9.2. Plantillas
 - 1.9.3. Tipología de webs de diseñadores
- 1.10. *App Design*
 - 1.10.1. Técnicas de ilustración con el móvil
 - 1.10.2. Herramientas de diseño integral: *Procreate*
 - 1.10.3. Herramientas de soporte: *Pantone Studio*

Módulo 2. El producto textil

- 2.1. Antropología del diseño
 - 2.1.1. La transformación del vestido en prenda deportiva
 - 2.1.2. El pensamiento visual: retórica y lenguaje
 - 2.1.3. La artificación de productos en la industria de la moda
- 2.2. El género en el diseño de producto
 - 2.2.1. El vestido femenino
 - 2.2.2. El traje masculino
 - 2.2.3. La hibridación de la prenda de moda
- 2.3. El diseño de accesorios
 - 2.3.1. La piel y los materiales sintéticos
 - 2.3.2. La joyería
 - 2.3.3. El calzado
- 2.4. Diseño de producto
 - 2.4.1. Creación de prototipos
 - 2.4.2. El entorno *fashion tech* y los nuevos tejidos industriales
 - 2.4.3. Transformación de prototipos
- 2.5. La confección de la prenda de moda
 - 2.5.1. La máquina de coser
 - 2.5.2. El volumen del cuerpo y las medidas
 - 2.5.3. Técnicas de costura y montaje de prendas
- 2.6. Producción industrial de prendas de moda I
 - 2.6.1. Patronaje y técnicas de producción
 - 2.6.2. Estampaciones
 - 2.6.3. *Moulage* y patronaje industrial

- 2.7. Producción industrial de prendas de moda II
 - 2.7.1. Técnicas de escalado
 - 2.7.2. Escalado de tallas
 - 2.7.3. Transformación de patrones
- 2.8. Diseño textil
 - 2.8.1. Telas y materiales
 - 2.8.2. La paleta corporativa y de temporada
 - 2.8.3. Técnicas de desarrollo de producto
- 2.9. Lencería y corsetería
 - 2.9.1. Tejidos específicos de la ropa íntima
 - 2.9.2. Patrones específicos
 - 2.9.3. Montaje de prendas
- 2.10. Testado de productos
 - 2.10.1. Establecimiento de las competencias del producto
 - 2.10.2. Evaluación del producto en relación al mercado y a su consumidor
 - 2.10.3. Rediseño del producto

Módulo 3. El diseño de joyas y accesorios

- 3.1. Anatomía y patronaje de los complementos
 - 3.1.1. Calzado
 - 3.1.2. Bolsos y cinturones
 - 3.1.3. Bisutería y joyería
- 3.2. Materiales específicos para el diseño de accesorios
 - 3.2.1. Fornituras y herrajes
 - 3.2.2. Tejidos sintéticos
 - 3.2.3. Materiales técnicos
- 3.3. Flujo de trabajo
 - 3.3.1. Relación con proveedores
 - 3.3.2. Fabricación industrial por encargo
 - 3.3.3. Precios de mercado
- 3.4. Prototipado del producto
 - 3.4.1. Dibujo y esbozado
 - 3.4.2. Ficha técnica de producto
 - 3.4.3. Producción a gran escala: INGA 3D

- 3.5. Diseño de joyería
 - 3.5.1. Gemas y piedras preciosas
 - 3.5.2. Bisutería y materiales alternativos
 - 3.5.3. Prototipado de joyas con impresión 3D
- 3.6. *Rhinojewel*
 - 3.6.1. Herramientas de metal y gemas
 - 3.6.2. Herramientas de modelado
 - 3.6.3. Herramientas de piedras calibradas
- 3.7. Desarrollo de producto
 - 3.7.1. Creatividad y viabilidad del accesorio
 - 3.7.2. Desarrollo de la colección: alineación con la marca
 - 3.7.3. Metodología de presentación de una colección de accesorios
- 3.8. La piel
 - 3.8.1. La piel animal y su tratamiento
 - 3.8.2. Los materiales sintéticos
 - 3.8.3. La sostenibilidad y medio ambiente
- 3.9. Customización y transformación de accesorios
 - 3.9.1. La transformación manual
 - 3.9.2. Las cuentas y los abalorios
 - 3.9.3. Prendas joya: cinturones, cierres de bolsos y vestidos joya
- 3.10. Relojería y gafas de sol
 - 3.10.1. Orfebrería y composición
 - 3.10.2. Materiales específicos
 - 3.10.3. Montaje

Módulo 4. Indumentaria de prendas especiales

- 4.1. Las colecciones *sport*
 - 4.1.1. Evolución de la moda deportiva
 - 4.1.2. El diseño de estilo casual y la creatividad
 - 4.1.3. Prendas *sportswear* y *activewear*
- 4.2. Patronaje y diseño de las prendas deportivas
 - 4.2.1. Ergonomía del deportista
 - 4.2.2. Patronaje técnico
 - 4.2.3. Materiales técnicos: evaporación, transpiración e impermeabilidad

- 4.3. Diseño de prendas para el cine y series de televisión
 - 4.3.1. Influencia de la moda en las artes escénicas
 - 4.3.2. El departamento de vestuario en una película
 - 4.3.3. Revisión del guion para el diseño de indumentaria de ficción
- 4.4. El flujo de trabajo en el cine
 - 4.4.1. Documentación de época y estilos
 - 4.4.2. La ambientación cinematográfica a través del vestuario
 - 4.4.3. Tejidos y técnicas aplicadas para el acabado final
- 4.5. Vestuario para cine
 - 4.5.1. Vestuario para dibujos animados
 - 4.5.2. Vestuario Marvel
 - 4.5.3. Vestuario de época
- 4.6. La pasarela y las galas de cine
 - 4.6.1. El patronaje experimental
 - 4.6.2. Figurinismo para modelos y actrices
 - 4.6.3. La puesta en escena de los trajes en la alfombra roja
- 4.7. La ficción escénica
 - 4.7.1. Vestuario para ópera
 - 4.7.2. Vestuario para teatro
 - 4.7.3. Vestuario para danza y circo
- 4.8. La alta costura
 - 4.8.1. Confección de prendas a medida
 - 4.8.2. Técnicas de ilustración creativa
 - 4.8.3. Colecciones nupciales
- 4.9. *Tailoring* y sastrería
 - 4.9.1. El patrón del traje en el hombre y en la mujer
 - 4.9.2. Tejidos de temporada
 - 4.9.3. Futuras tendencias de la confección a medida
- 4.10. *Product placement*
 - 4.10.1. Colaboraciones con marcas consolidadas para el vestuario de series de televisión
 - 4.10.2. La propuesta y la presentación de necesidades
 - 4.10.3. Selección de prendas y coste de la colaboración

Módulo 5. CLO Virtual Fashion Design

- 5.1. Las técnicas de diseño actuales
 - 5.1.1. El diseño en 2 dimensiones
 - 5.1.2. El diseño en 3 dimensiones
 - 5.1.3. El programa CLO *Virtual Fashion*
- 5.2. La creación digital y el diseño experimental
 - 5.2.1. La creación digital y el diseño experimental
 - 5.2.2. Interfaz de usuario CLO *Virtual Fashion*
 - 5.2.3. Animación de avatares 3D
- 5.3. La confección virtual
 - 5.3.1. Costura por segmentos
 - 5.3.2. Costura libre
 - 5.3.3. Estructura de capas
- 5.4. Biblioteca de tejidos de CLO *Virtual Fashion*
 - 5.4.1. Tejidos de uso común
 - 5.4.2. Revestimientos
 - 5.4.3. Ajuste de prendas
- 5.5. Proceso *streamline*
 - 5.5.1. Colores y estampados
 - 5.5.2. Composición de diseño
 - 5.5.3. Muestras en 3D
- 5.6. Creación de texturas
 - 5.6.1. Dar y editar texturas
 - 5.6.2. Opacidad, reflexión y posición
 - 5.6.3. Mapa de normales y mapa de desplazamiento
- 5.7. Creación de prendas I
 - 5.7.1. La ropa
 - 5.7.2. Estampados
 - 5.7.3. *Renders*

- 5.8. Creación de prendas II
 - 5.8.1. Plisados
 - 5.8.2. Fondos y palas
 - 5.8.3. *Soleil* y acolchados
- 5.9. Entornos simulados
 - 5.9.1. Técnicas de peinado
 - 5.9.2. Visualización de prendas en entornos minoristas
 - 5.9.3. Promoción de la colección virtual
- 5.10. Mercados emergentes y técnicas de entrada
 - 5.10.1. Cálculo de costes
 - 5.10.2. Las subastas
 - 5.10.3. La industria de los videojuegos

Módulo 6. Estilismo y tendencias en la moda

- 6.1. El consumidor global: Oriente y Occidente
 - 6.1.1. La moda en el contexto de la *globalización*
 - 6.1.2. La ostentación asiática
 - 6.1.3. El legado occidental
- 6.2. Las necesidades del consumidor actual
 - 6.2.1. Perfiles de los nuevos consumidores
 - 6.2.2. El prosumidor
 - 6.2.3. Toma de decisiones durante el proceso de compra
- 6.3. La expresión visual del color
 - 6.3.1. La importancia del color en las decisiones de compra
 - 6.3.2. Las emociones cromáticas
 - 6.3.3. El color en el ecosistema de la moda
- 6.4. Análisis e investigación de tendencias
 - 6.4.1. El cazador de tendencias
 - 6.4.2. De los *trendsetters* al consumo de masas
 - 6.4.3. Agencias especializadas
- 6.5. Lanzamiento estratégico
 - 6.5.1. Macrotendencias y microtendencias
 - 6.5.2. Novedad, tendencia y *"hype"*
 - 6.5.3. El ciclo de difusión del producto

- 6.6. Metodología para el análisis de tendencias
 - 6.6.1. El arte y la ciencia del análisis predictivo
 - 6.6.2. Las fuentes de información en el mercado de la moda
 - 6.6.3. Extracción de *insights*
- 6.7. El estilo de vida del consumidor de moda
 - 6.7.1. Valores y prioridades
 - 6.7.2. El nuevo lujo y su lugar en el mercado de la moda
 - 6.7.3. Entre la tienda física y el *e-Commerce*
- 6.8. La conceptualización del mercado de la moda
 - 6.8.1. La experiencia de compra
 - 6.8.2. *"Hotspots"*
 - 6.8.3. Digital *concept stores*
- 6.9. El informe de tendencias
 - 6.9.1. Estructura y composición
 - 6.9.2. Presentación
 - 6.9.3. Evaluación y toma de decisiones
- 6.10. Tendencias de consumo post pandemia
 - 6.10.1. Cambios permanentes en los hábitos de consumo
 - 6.10.2. Las compras del futuro
 - 6.10.3. Tecnología y sostenibilidad: los ejes del cambio

Módulo 7. La identidad visual = UX + *branding*

- 7.1. El uso tecnológico de la moda
 - 7.1.1. La inteligencia artificial
 - 7.1.2. Materializar la ventaja competitiva
 - 7.1.3. *Chatbot* y personal *shopper* virtual
- 7.2. La identidad y la gestión de cambio
 - 7.2.1. Diseño de la identidad de marca
 - 7.2.2. Construcción de la identidad de marca
 - 7.2.3. Impactos económicos
- 7.3. *Google Analytics* y *Google Ads*
 - 7.3.1. Posicionamiento estratégico de una marca de moda
 - 7.3.2. *Google Ads*
 - 7.3.3. *Google Analytics*

- 7.4. Data *driven* marketing
 - 7.4.1. El proceso de orientación a datos
 - 7.4.2. Recopilación y selección de datos
 - 7.4.3. Tabulación: estadística de datos
- 7.5. Creación de secuencias de patrones
 - 7.5.1. Gestión de métricas clave
 - 7.5.2. Métricas específicas de la moda
 - 7.5.3. Secuencias de patrones
- 7.6. Simulación de escenarios de innovación
 - 7.6.1. La innovación y la creatividad
 - 7.6.2. Simulación y predicción
 - 7.6.3. *Microsoft Power Bi*
- 7.7. Segmentación & gestión de bases de datos
 - 7.7.1. Segmentación de mercado
 - 7.7.2. Segmentación de públicos
 - 7.7.3. SQL para grandes volúmenes de datos
- 7.8. Fidelización & *salesforce*
 - 7.8.1. El perfil emocional del consumidor de moda
 - 7.8.2. Captación de usuarios, retención de consumidores y clientes embajadores
 - 7.8.3. CRM: *Salesforce*
- 7.9. Marketing de contenidos
 - 7.9.1. Creación de una experiencia de usuario en el entorno digital
 - 7.9.2. *Customer engagement behaviour*
 - 7.9.3. Contenidos dentro y fuera de mi web
- 7.10. Creatividad con *Python*
 - 7.10.1. Estructura y elementos del lenguaje
 - 7.10.2. Funcionalidades de *Python*
 - 7.10.3. Creatividad a partir del uso de datos





Módulo 8. Comercialización de la colección

- 8.1. Las dinámicas de la moda actuales
 - 8.1.1. *Fashion weeks* y la alta costura
 - 8.1.2. La concreción de ideas y el *sketchbook*
 - 8.1.3. La conceptualización de la colección
- 8.2. Creación de una colección
 - 8.2.1. *Moodboards* e inspiración internacional
 - 8.2.2. La fábricas y proveedores en el mundo
 - 8.2.3. Etiquetado y *packaging*
- 8.3. Las alianzas estratégicas y las colaboraciones
 - 8.3.1. Los *partners* estratégicos
 - 8.3.2. Entre diseñadores, empresarios y artistas
 - 8.3.3. Colecciones cápsula
- 8.4. Estilismo
 - 8.4.1. *Visual merchandising*
 - 8.4.2. Escaparatismo
 - 8.4.3. *Shooting* digital: el escaparate móvil
- 8.5. Pasarelas y capitales de la moda
 - 8.5.1. El desfile
 - 8.5.2. París, Londres y Nueva York
 - 8.5.3. Pasarelas virtuales
- 8.6. Ferias y eventos de diseño
 - 8.6.1. Gestión de eventos en el mercado de la moda
 - 8.6.2. Los imperdibles: ferias nacionales e internacionales
 - 8.6.3. El entorno B2B
- 8.7. Ecodiseño e impacto medioambiental
 - 8.7.1. La artesanía
 - 8.7.2. El nuevo lujo
 - 8.7.3. La moda sostenible en números

- 8.8. Comercialización de la colección
 - 8.8.1. La orquesta omnicanal
 - 8.8.2. La optimización del canal online
 - 8.8.3. Las ventajas residuales del offline
- 8.9. Eventos personalizados
 - 8.9.1. Alineación de audiencias
 - 8.9.2. Estrategia de comunicación
 - 8.9.3. Puesta en escena
- 8.10. Evaluación final de la colección
 - 8.10.1. Las impresiones en cifras
 - 8.10.2. El análisis avanzado y los indicadores
 - 8.10.3. La reformulación de la prenda

Módulo 9. Gestión de compras para la moda

- 9.1. La dinámica de un comprador de moda
 - 9.1.1. El ciclo de vida del producto de moda
 - 9.1.2. La estacionalidad en el sector de la moda
 - 9.1.3. Palancas que activan el valor de marca
- 9.2. Formulación con Microsoft Excel
 - 9.2.1. Operaciones
 - 9.2.2. Cálculos
 - 9.2.3. Fórmulas
- 9.3. Aplicaciones de Excel
 - 9.3.1. Gráficos
 - 9.3.2. Tablas dinámicas
 - 9.3.3. Formularios
- 9.4. Tratamiento de errores
 - 9.4.1. Formato
 - 9.4.2. Número
 - 9.4.3. Texto
- 9.5. Creación de bases de datos con *Microsoft Access*
 - 9.5.1. La programación en *Access*
 - 9.5.2. Tipos de datos y propiedades de los campos
 - 9.5.3. Las consultas y las macros

- 9.6. Informes de bases de datos
 - 9.6.1. Almacenar datos
 - 9.6.2. Plantillas para bases de datos con *Access*
 - 9.6.3. Actualización de consultas
- 9.7. *Big data* con *Tableau*
 - 9.7.1. Organización de datos
 - 9.7.2. Representación de valores numéricos
 - 9.7.3. Uso de varias fuentes de datos
- 9.8. Personalización de los datos con *Tableau*
 - 9.8.1. Uso de cálculos
 - 9.8.2. Cálculos de tablas rápidos
 - 9.8.3. Líneas de referencia
- 9.9. *Dashboard*: visualización de datos
 - 9.9.1. Mapeo geográfico
 - 9.9.2. Visualización y comparación de medidas
 - 9.9.3. Estadísticas y pronóstico
- 9.10. Gestión de proyectos
 - 9.10.1. *Product owner*
 - 9.10.2. Metodología *lean*
 - 9.10.3. Metodología *agile*

Módulo 10. Taller de emprendimiento y dirección creativa

- 10.1. La innovación y la creatividad en los mercados de la moda
 - 10.1.1. Reinventar lo que ya existe en el diseño de modas
 - 10.1.2. Crear de la nada nuevos patrones
 - 10.1.3. Las patentes de los tejidos
- 10.2. El pensamiento disruptivo y el *design thinking*
 - 10.2.1. El pensamiento disruptivo y su impacto global
 - 10.2.2. El esquema visual del *design thinking*
 - 10.2.3. Resolución de problemas

- 10.3. Liderazgo y mentalidad empresarial
 - 10.3.1. El equipo
 - 10.3.2. La marca personal
 - 10.3.3. Gestión de la evolución y el crecimiento empresarial
- 10.4. La cadena de valor en la industria de la moda y el lujo
 - 10.4.1. Estructura del mercado de la moda a nivel global
 - 10.4.2. La cadena de valor tradicional
 - 10.4.3. La evolución de los eslabones de la cadena de valor de la moda
- 10.5. La *start up* de moda
 - 10.5.1. Marco jurídico y legal
 - 10.5.2. Rondas de financiación
 - 10.5.3. El salto a la internacionalización
- 10.6. Dirección creativa para empresas de moda
 - 10.6.1. La dinámica de la creatividad
 - 10.6.2. Los perfiles profesionales
 - 10.6.3. Funciones del director creativo
- 10.7. Neurobiología de la creatividad
 - 10.7.1. La inteligencia
 - 10.7.2. Cuantificación creativa
 - 10.7.3. Los medios sociales
- 10.8. Técnicas de creatividad
 - 10.8.1. El bloqueo
 - 10.8.2. Técnicas de generación de ideas
 - 10.8.3. CRE- IN
- 10.9. Las fuentes de inspiración
 - 10.9.1. Dominar el pasado de la moda
 - 10.9.2. Las aspiraciones: el futuro
 - 10.9.3. El equilibrio compositivo entre pasado y futuro
- 10.10. La puesta en escena
 - 10.10.1. El marco compositivo en una colección de moda
 - 10.10.2. La percepción del espectador
 - 10.10.3. El imaginario de las marcas de moda

Módulo 11. Fundamentos e introducción al diseño

- 11.1. Historia del diseño
 - 11.1.1. La Revolución Industrial
 - 11.1.2. Las etapas del diseño
 - 11.1.3. La arquitectura
 - 11.1.4. La Escuela de Chicago
- 11.2. Estilos y movimientos del diseño
 - 11.2.1. Diseño decorativo
 - 11.2.2. Movimiento modernista
 - 11.2.3. *Art Decó*
 - 11.2.4. Diseño industrial
 - 11.2.5. *La Bauhaus*
 - 11.2.6. II Guerra Mundial
 - 11.2.7. Transvanguardias
 - 11.2.8. Diseño contemporáneo
- 11.3. Diseñadores y tendencias
 - 11.3.1. Diseñadores de interior
 - 11.3.2. Diseñadores gráficos
 - 11.3.3. Diseñadores industriales o de producto
 - 11.3.4. Diseñadores de moda
- 11.4. Metodología proyectual de diseño
 - 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. El lenguaje en diseño
 - 11.5.1. Los objetos y el sujeto
 - 11.5.2. Semiótica de los objetos
 - 11.5.3. La disposición objetual y su connotación
 - 11.5.4. La *Globalización* de los signos
 - 11.5.5. Propuesta
- 11.6. El diseño y su dimensión estético-formal
 - 11.6.1. Elementos visuales
 - 11.6.1.1. La forma
 - 11.6.1.2. La medida
 - 11.6.1.3. El color
 - 11.6.1.4. La textura
 - 11.6.2. Elementos de relación
 - 11.6.2.1. Dirección
 - 11.6.2.2. Posición
 - 11.6.2.3. Espacio
 - 11.6.2.4. Gravedad
 - 11.6.3. Elementos prácticos
 - 11.6.3.1. Representación
 - 11.6.3.2. Significado
 - 11.6.3.3. Función
 - 11.6.4. Marco de referencia
- 11.7. Métodos analíticos del diseño
 - 11.7.1. El diseño pragmático
 - 11.7.2. Diseño analógico
 - 11.7.3. Diseño icónico
 - 11.7.4. Diseño canónico
 - 11.7.5. Principales autores y su metodología
- 11.8. Diseño y semántica
 - 11.8.1. La semántica
 - 11.8.2. La significación
 - 11.8.3. Significado denotativo y significado connotativo

- 11.8.4. El léxico
- 11.8.5. Campo léxico y familia léxica
- 11.8.6. Las relaciones semánticas
- 11.8.7. El cambio semántico
- 11.8.8. Causas de los cambios semánticos
- 11.9. Diseño y pragmática
 - 11.9.1. Consecuencias prácticas, abducción y semiótica
 - 11.9.2. Mediación, cuerpo y emociones
 - 11.9.3. Aprendizaje, vivencia y cierre
 - 11.9.4. Identidad, relaciones sociales y objetos
- 11.10. Contexto actual del diseño
 - 11.10.1. Problemas actuales del diseño
 - 11.10.2. Los temas actuales del diseño
 - 11.10.3. Aportes sobre metodología

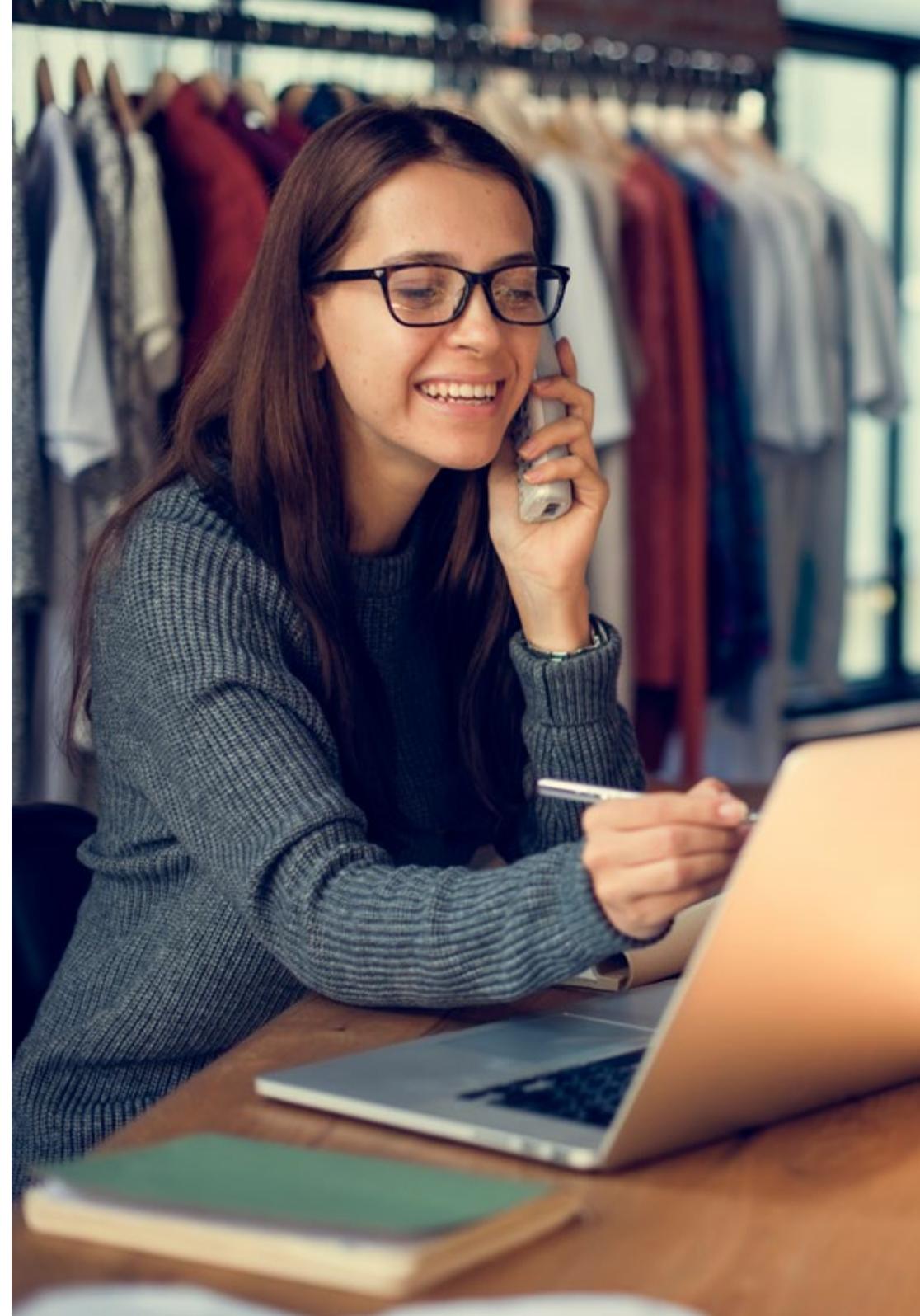
Módulo 12. Patronaje y confección

- 12.1. Introducción al patronaje
 - 12.1.1. Conceptos básicos del patronaje
 - 12.1.2. Herramientas y materiales en el patronaje
 - 12.1.3. Obtención de medidas anatómicas
 - 12.1.4. Tablas de medidas
 - 12.1.5. Tipologías del patronaje
 - 12.1.6. Industrialización de modelos
 - 12.1.7. Información que debe contener un patrón
- 12.2. Patrón femenino
 - 12.2.1. Patrón base de falda
 - 12.2.2. Patrón base cuerpo
 - 12.2.3. Patrón base pantalón

- 12.2.4. Patrón base vestido
- 12.2.5. Cuellos
- 12.2.6. Mangas
- 12.2.7. Detalles
- 12.3. Patrón masculino
 - 12.3.1. Patrón base de cuerpo
 - 12.3.2. Patrón base de pantalón
 - 12.3.3. Patrón base de abrigo
 - 12.3.4. Cuellos
 - 12.3.5. Mangas
 - 12.3.6. Detalles
- 12.4. Patrón infantil
 - 12.4.1. Patrón base cuerpo
 - 12.4.2. Patrón base pantalón
 - 12.4.3. Patrón base leotardo
 - 12.4.4. Patrón base mono
 - 12.4.5. Mangas
 - 12.4.6. Cuellos
 - 12.4.7. Detalles
- 12.5. Transformación, desarrollo y escalado del patrón
 - 12.5.1. Transformaciones de patrones
 - 12.5.2. Desarrollo del patronaje
 - 12.5.3. Patrones a escala y a tamaño real
- 12.6. Introducción al corte y la confección
 - 12.6.1. Introducción a la costura
 - 12.6.2. Herramientas y materiales en la costura
 - 12.6.3. El corte
 - 12.6.4. Costura a mano
 - 12.6.5. Costura a máquina plana
 - 12.6.6. Tipos de máquinas en costura
- 12.7. Identificación de los textiles
 - 12.7.1. Tejidos planos
 - 12.7.2. Tejidos complejos
 - 12.7.3. Tejidos técnicos
 - 12.7.4. Tejidos de punto
 - 12.7.5. Materiales
- 12.8. Tipos de costura y transformación de prendas
 - 12.8.1. Costura plana
 - 12.8.2. Costura interior
 - 12.8.3. Costura curva
 - 12.8.4. Costura francesa
 - 12.8.5. Costura tejana
 - 12.8.6. Costura sobrecargada
 - 12.8.7. Costura ribeteada
- 12.9. Cierres, acabados y ennoblecimiento textil
 - 12.9.1. Teñido del tejido
 - 12.9.2. Botones
 - 12.9.3. Cremalleras
 - 12.9.4. Apliques
 - 12.9.5. Forrado de la pieza
 - 12.9.6. Remates
 - 12.9.7. Planchado
- 12.10. *Moulage*
 - 12.10.1. Preparación del maniquí
 - 12.10.2. Investigación sobre el maniquí
 - 12.10.3. Del maniquí al patrón
 - 12.10.4. Modelización de una prenda

Módulo 13. Fotografía

- 13.1. Historia de la fotografía
 - 13.1.1. Antecedentes de la fotografía
 - 13.1.2. Fotografía a color
 - 13.1.3. La película fotográfica
 - 13.1.4. La cámara digital
- 13.2. Formación de la imagen
 - 13.2.1. La cámara fotográfica
 - 13.2.2. Parámetros básicos en la fotografía
 - 13.2.3. Fotometría
 - 13.2.4. Objetivos y distancia focal
- 13.3. Lenguaje fotográfico
 - 13.3.1. Tipos de planos
 - 13.3.2. Elementos formales, compositivos e interpretativos de la imagen fotográfica
 - 13.3.3. Encuadre
 - 13.3.4. Representación del tiempo y el movimiento en fotografía
 - 13.3.5. La relación de la fotografía con la realidad y la verdad
- 13.4. La cámara fotográfica
 - 13.4.1. Cámaras analógicas y digitales
 - 13.4.2. Las cámaras sencillas
 - 13.4.3. Las cámaras *réflex*
 - 13.4.4. Técnicas fotográficas básicas
 - 13.4.5. La exposición y los exposímetros
 - 13.4.6. La cámara *réflex* digital. El sensor
 - 13.4.7. El manejo de la cámara digital frente a la analógica
 - 13.4.8. Aspectos específicos de interés
 - 13.4.9. Modos de trabajo con la cámara digital
- 13.5. La imagen digital
 - 13.5.1. Formatos de archivo
 - 13.5.2. Balance de blancos
 - 13.5.3. Temperatura de color
 - 13.5.4. Histograma. Exposición en fotografía digital
 - 13.5.5. Rango dinámico





- 13.6. El comportamiento de la luz
 - 13.6.1. El fotón
 - 13.6.2. Reflexión y absorción
 - 13.6.3. Cantidad y calidad de la luz
 - 13.6.3.1. Luz dura y luz suave
 - 13.6.3.2. Luz directa y difusa
- 13.7. Expresividad y estética de la iluminación
 - 13.7.1. Sombras, modificadores y profundidad
 - 13.7.2. Ángulos de iluminación
 - 13.7.3. Esquemas de iluminación
 - 13.7.4. Medición de la luz
 - 13.7.4.1. El fotómetro
 - 13.7.4.2. Luz incidente
 - 13.7.4.3. Luz reflejada
 - 13.7.4.4. Medición sobre varios puntos
 - 13.7.4.5. El contraste
 - 13.7.4.6. Gris medio
 - 13.7.5. Iluminación luz natural
 - 13.7.5.1. Difusores
 - 13.7.5.2. Reflectores
 - 13.7.6. Iluminación luz artificial
 - 13.7.6.1. El estudio fotográfico
 - 13.7.6.2. Las fuentes de iluminación
 - 13.7.6.3. Luz fría
 - 13.7.6.4. Flashes de estudio y flash compacto
 - 13.7.6.5. Accesorios
- 13.8. Software de edición
 - 13.8.1. *Adobe Lightroom*
 - 13.8.2. *Adobe Photoshop*
 - 13.8.3. *Plugins*
- 13.9. Edición y revelado fotográfico
 - 13.9.1. El revelado en *Camera RAW*
 - 13.9.2. Ruido y enfoque
 - 13.9.3. Ajustes de exposición, contraste y saturación. Niveles y curvas

- 13.10. Referentes y aplicaciones
 - 13.10.1. Fotógrafos más importantes de la historia
 - 13.10.2. Fotografía en el diseño de interior
 - 13.10.3. Fotografía en el diseño de producto
 - 13.10.4. Fotografía en el diseño de moda
 - 13.10.5. Fotografía en el diseño gráfico

Módulo 14. Dibujo de moda

- 14.1. Historia de la ilustración
 - 14.1.1. Historia de la ilustración
 - 14.1.2. Tipologías
 - 14.1.3. El cartel
 - 14.1.4. Ilustradores
- 14.2. Materiales y soportes en la ilustración
 - 14.2.1. Materiales
 - 14.2.2. Soportes
 - 14.2.3. Nuevas tecnologías
- 14.3. Anatomía artística
 - 14.3.1. Introducción a la anatomía artística
 - 14.3.2. La cabeza y el cuello
 - 14.3.3. El tronco
 - 14.3.4. La extremidad superior
 - 14.3.5. La extremidad inferior
 - 14.3.6. El movimiento
- 14.4. Proporción del cuerpo humano
 - 14.4.1. Antropometría
 - 14.4.2. Proporción
 - 14.4.3. Cánones
 - 14.4.4. Morfología
 - 14.4.5. Proporción
- 14.5. Composición básica
 - 14.5.1. Delantero
 - 14.5.2. Espalda
 - 14.5.3. Perfil
 - 14.5.4. Escorzos
 - 14.5.5. Movimiento
- 14.6. El rostro humano
 - 14.6.1. La cabeza
 - 14.6.2. Los ojos
 - 14.6.3. La nariz
 - 14.6.4. La boca
 - 14.6.5. Las cejas
 - 14.6.6. Las orejas
 - 14.6.7. El pelo
- 14.7. La figura humana
 - 14.7.1. El equilibrio del cuerpo
 - 14.7.2. El brazo
 - 14.7.3. La mano
 - 14.7.4. El pie
 - 14.7.5. La pierna
 - 14.7.6. El busto
 - 14.7.7. La figura humana
- 14.8. Técnicas de ilustración en moda
 - 14.8.1. Técnica tradicional
 - 14.8.2. Técnica digital
 - 14.8.3. Técnica mixta
 - 14.8.4. Técnica de collage

- 14.9. Ilustración de materiales
 - 14.9.1. *Tweed*
 - 14.9.2. Charol
 - 14.9.3. Lana
 - 14.9.4. Lentejuelas
 - 14.9.5. Transparencia
 - 14.9.6. Seda
 - 14.9.7. Denim
 - 14.9.8. Cuero
 - 14.9.9. Pelo animal
 - 14.9.10. Otros materiales
- 14.10. Búsqueda del estilo personal
 - 14.10.1. El figurín de moda
 - 14.10.2. La estilización
 - 14.10.3. Poses de moda
 - 14.10.4. Peinados
 - 14.10.5. El diseño

Módulo 15. Tecnología textil

- 15.1. Introducción al textil
 - 15.1.1. Historia de los textiles
 - 15.1.2. Los textiles a lo largo del tiempo
 - 15.1.3. La maquinaria textil tradicional
 - 15.1.4. La importancia de los textiles en la moda
 - 15.1.5. Simbología utilizada en los materiales textiles
 - 15.1.6. Ficha técnica de tejidos
- 15.2. Materiales textiles
 - 15.2.1. Clasificación de las fibras textiles
 - 15.2.1.1. Fibras naturales
 - 15.2.1.2. Fibras artificiales
 - 15.2.1.3. Fibras sintéticas
 - 15.2.2. Propiedades de las fibras
 - 15.2.3. Reconocimiento de fibras textiles

- 15.3. Los hilos
 - 15.3.1. Ligamentos básicos
 - 15.3.2. Características generales de los hilos
 - 15.3.3. Clasificación de los hilos
 - 15.3.4. Fases de la hilatura
 - 15.3.5. Máquinas utilizadas
 - 15.3.6. Sistemas de numeración de los hilos
- 15.4. Textiles de calada
 - 15.4.1. Tejidos de calada
 - 15.4.2. Escalonado del ligamento
 - 15.4.3. Los ligamentos en los tejidos de calada
 - 15.4.4. Clasificación de los ligamentos
 - 15.4.5. Tipos de ligamentos
 - 15.4.6. Tipos de tejidos de calada
 - 15.4.7. El telar de calada
 - 15.4.8. Telares especiales
- 15.5. Tejidos de punto
 - 15.5.1. Historia del tejido de punto
 - 15.5.2. Clasificación
 - 15.5.3. Tipología
 - 15.5.4. Comparativa entre un tejido plano y uno de punto
 - 15.5.5. Características y comportamiento según su construcción
 - 15.5.6. Tecnología y maquinaria para su obtención
- 15.6. Acabados textiles
 - 15.6.1. Acabados físicos
 - 15.6.2. Acabados químicos
 - 15.6.3. Resistencia de los tejidos
 - 15.6.4. El *pilling*
 - 15.6.5. Cambio dimensional de tejidos

- 15.7. Teñido
 - 15.7.1. Tratamientos previos
 - 15.7.2. Teñido
 - 15.7.3. Maquinaria
 - 15.7.4. Insumos
 - 15.7.5. Blanqueo óptico
 - 15.7.6. El color
- 15.8. Estampación
 - 15.8.1. Estampado directo
 - 15.8.1.1. Estampado por bloques
 - 15.8.1.2. Estampado por rodillos
 - 15.8.1.3. Estampado por termotransferencia
 - 15.8.1.4. Estampado con pantalla
 - 15.8.1.5. Estampado por urdimbre
 - 15.8.1.6. Estampado por corrosión
 - 15.8.2. Estampado por reserva
 - 15.8.2.1. *Batik*
 - 15.8.2.2. Teñido atado
 - 15.8.3. Otros tipos de estampado
 - 15.8.3.1. Estampado diferencial
 - 15.8.3.2. Electroestático policromo
- 15.9. Tejidos técnicos e inteligentes
 - 15.9.1. Definición y análisis
 - 15.9.2. Aplicaciones de los textiles
 - 15.9.3. Nuevos materiales y tecnologías
- 15.10. Piel, cuero y otros
 - 15.10.1. La piel y el cuero
 - 15.10.2. Clasificación del cuero
 - 15.10.3. Procedimiento de curtido
 - 15.10.4. Tratamiento post-curtido
 - 15.10.5. Proceso tecnológico de la curtimbrea
 - 15.10.6. Métodos de conservación
 - 15.10.7. Cuero sintético
 - 15.10.8. Debate: piel natural o piel sintética

Módulo 16. Sistemas de representación aplicados a la moda

- 16.1. Introducción al dibujo técnico en moda
 - 16.1.1. ¿Cómo y cuándo se utilizan los dibujos técnicos?
 - 16.1.2. ¿Cómo crear un dibujo técnico para la moda?
 - 16.1.3. Dibujar a partir de una prenda física
 - 16.1.4. Normas del técnico en moda
- 16.2. Preparación del documento
 - 16.2.1. Preparar el documento para el dibujo técnico
 - 16.2.2. Maniquí anatómico base
 - 16.2.3. Color, textura y estampados
- 16.3. Prendas inferiores
 - 16.3.1. Faldas
 - 16.3.2. Pantalones
 - 16.3.3. Medias
- 16.4. Prendas superiores
 - 16.4.1. Camisas
 - 16.4.2. Camisetas
 - 16.4.3. Chalecos
 - 16.4.4. Chaquetas
 - 16.4.5. Abrigos
- 16.5. Prendas interiores
 - 16.5.1. Sujetador
 - 16.5.2. Bragas
 - 16.5.3. Calzoncillos
- 16.6. Detalles de modelo
 - 16.6.1. Escotes
 - 16.6.2. Cuellos
 - 16.6.3. Mangas
 - 16.6.4. Puños
 - 16.6.5. Bolsillos

- 16.7. Detalles de diseño
 - 16.7.1. Detalles de construcción
 - 16.7.2. Detalles de diseño decorativos
 - 16.7.3. Plisados
 - 16.7.4. Costuras
 - 16.7.5. Puntadas
 - 16.7.6. Ribeteado
- 16.8. Cierres y fornituras
 - 16.8.1. Cremalleras
 - 16.8.2. Botones
 - 16.8.3. Corchetes
 - 16.8.4. Cintas
 - 16.8.5. Nudos
 - 16.8.6. Ojales
 - 16.8.7. Velcro
 - 16.8.8. Ojetes
 - 16.8.9. Lazadas
 - 16.8.10. Tachuelas
 - 16.8.11. Remaches
 - 16.8.12. Anillas
 - 16.8.13. Hebillas
- 16.9. Complementos
 - 16.9.1. Bolsos
 - 16.9.2. Gafas
 - 16.9.3. Calzado
 - 16.9.4. Joyería
- 16.10. La ficha técnica
 - 16.10.1. Exportación del dibujo técnico
 - 16.10.2. Información de la ficha técnica
 - 16.10.3. Modelos y tipos de ficha técnica
 - 16.10.4. Realización de la ficha la ficha técnica

Módulo 17. Diseño de moda

- 17.1. Metodología del diseño de moda
 - 17.1.1. El concepto de un proyecto de moda
 - 17.1.2. Metodología proyectual aplicada a la moda
 - 17.1.3. Métodos de investigación en el diseño de moda
 - 17.1.4. El *briefing* o demanda de diseño
 - 17.1.5. Documentación
 - 17.1.6. Análisis de la moda actual
 - 17.1.7. Formalización de ideas
- 17.2. Procedimientos creativos aplicados al diseño de moda
 - 17.2.1. El cuaderno de campo
 - 17.2.2. El *moodboard*
 - 17.2.3. Investigación gráfica
 - 17.2.4. Técnicas creativas
- 17.3. Referentes
 - 17.3.1. Moda comercial
 - 17.3.2. Moda creativa
 - 17.3.3. Moda escénica
 - 17.3.4. Moda corporativa
- 17.4. Concepto de colección
 - 17.4.1. Funcionalidad de la prenda
 - 17.4.2. La prenda como mensaje
 - 17.4.3. Conceptos ergonómicos
- 17.5. Códigos estilísticos
 - 17.5.1. Códigos estilísticos permanentes
 - 17.5.2. Códigos estilísticos estacionarios
 - 17.5.3. Búsqueda del sello personal

- 17.6. Desarrollo de la colección
 - 17.6.1. Marco teórico
 - 17.6.2. Contexto
 - 17.6.3. Investigación
 - 17.6.4. Referentes
 - 17.6.5. Conclusión
 - 17.6.6. Representación de la colección
- 17.7. Estudio técnico
 - 17.7.1. Carta textil
 - 17.7.2. Carta cromática
 - 17.7.3. La glasilla
 - 17.7.4. La ficha técnica
 - 17.7.5. El prototipo
 - 17.7.6. Escandallo
- 17.8. Proyectos interdisciplinarios
 - 17.8.1. El dibujo
 - 17.8.2. El patronaje
 - 17.8.3. La costura
- 17.9. Producción de una colección
 - 17.9.1. Del boceto al dibujo técnico
 - 17.9.2. Talleres artesanales
 - 17.9.3. Nuevas tecnologías
- 17.10. Estrategias de comunicación y presentación
 - 17.10.1. Fotografía en moda: *lookbook*, editorial y campaña
 - 17.10.2. El portfolio
 - 17.10.3. La pasarela
 - 17.10.4. Otras formas de exponer la colección

Módulo 18. Sostenibilidad en moda

- 18.1. Reconsiderar el diseño de moda
 - 18.1.1. La cadena de suministros
 - 18.1.2. Aspectos principales
 - 18.1.3. Desarrollo de la moda sostenible
 - 18.1.4. El futuro de la moda
- 18.2. El ciclo de vida de una prenda
 - 18.2.1. Pensar en el ciclo de vida
 - 18.2.2. Actividades e impacto
 - 18.2.3. Herramientas y modelos de evaluación
 - 18.2.4. Estrategias de diseño sostenible
- 18.3. Normativa de calidad y seguridad en el sector textil
 - 18.3.1. Calidad
 - 18.3.2. Etiquetado
 - 18.3.3. Seguridad de prendas
 - 18.3.4. Inspecciones de consumo
- 18.4. Obsolescencia programada
 - 18.4.1. La obsolescencia programada y los residuos de artefactos eléctricos y electrónicos
 - 18.4.2. La extracción de recursos
 - 18.4.3. La generación de residuos
 - 18.4.4. El reciclado y la reutilización de los residuos electrónicos
 - 18.4.5. El consumo responsable
- 18.5. Diseño sostenible
 - 18.5.1. Diseño de prendas
 - 18.5.2. Diseño con empatía
 - 18.5.3. Selección de tejidos, materiales y técnicas
 - 18.5.4. Uso de monomateriales

- 18.6. Producción sostenible
 - 18.6.1. Patronaje y modelado
 - 18.6.2. Técnicas de residuo cero
 - 18.6.3. Construcción
 - 18.6.4. Diseño para durar
- 18.7. Distribución sostenible
 - 18.7.1. Proveedores y productores
 - 18.7.2. El compromiso con las comunidades locales
 - 18.7.3. Venta
 - 18.7.4. Diseño según la necesidad
 - 18.7.5. Diseño de moda inclusiva
- 18.8. Uso sostenible de la prenda
 - 18.8.1. Patrones de uso
 - 18.8.2. ¿Cómo reducir el lavado?
 - 18.8.3. Arreglos y mantenimiento
 - 18.8.4. Diseño para arreglos
 - 18.8.5. Diseño de prendas modulares
- 18.9. Reciclaje
 - 18.9.1. Reutilización y remanufacturaación
 - 18.9.2. Revalorización
 - 18.9.3. Reciclaje de materiales
 - 18.9.4. Producción de ciclo cerrado
- 18.10. Diseñadoras de moda sostenible
 - 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. Historia de la moda

- 19.1. De indumentaria a moda
 - 19.1.1. Nuevo contexto y cambio social
 - 19.1.2. La liberación de la mujer
 - 19.1.3. Nuevo concepto de diseñador de moda
 - 19.1.4. Comienzos del S. XX
- 19.2. El vestir moderno
 - 19.2.1. El vestir moderno
 - 19.2.2. El ascenso de los diseñadores estadounidenses
 - 19.2.3. La escena londinense
 - 19.2.4. Nueva York en los años 70s
 - 19.2.5. La moda de los 80s
 - 19.2.6. Los grupos de lujo multimarca
 - 19.2.7. Una moda funcional
 - 19.2.8. *Activewear*
 - 19.2.9. La moda, el arte y la cultura pop
 - 19.2.10. *Celebrities*
 - 19.2.11. Fotografía e Internet
- 19.3. Grandes maestras de la 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 maestros de la 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. Historia de la *Haute Couture*
 - 19.5.2. Federación de Alta Costura y Moda
 - 19.5.3. Miembros de la federación
 - 19.5.4. De *Haute Couture* a *Prêt-à-porter*
- 19.6. Artesanía
 - 19.6.1. Los tejidos como arte
 - 19.6.2. Artesanías que complementan el vestir
 - 19.6.3. Artistas y artesanos relacionados con la moda
- 19.7. *Fast-Fashion*
 - 19.7.1. Historia y origen del *fast-fashion*
 - 19.7.2. Modelo de negocio del *fast-fashion*
 - 19.7.3. Repercusión del *fast-fashion* en el mundo
- 19.8. Publicidad y fotografía en moda
 - 19.8.1. Arquetipos y estereotipos
 - 19.8.2. La imagen moda
 - 19.8.3. Comunicación visual de la moda
 - 19.8.4. Los grandes fotógrafos de moda
- 19.9. Repercusión de la moda
 - 19.9.1. La industria textil
 - 19.9.2. Relación del arte y la moda
 - 19.9.3. Moda y sociedad
- 19.10. Teoría y crítica de moda
 - 19.10.1. Diseñadores actuales y su influencia
 - 19.10.2. Tendencias actuales
 - 19.10.3. La banalización de la moda





Módulo 20. Diseño de moda avanzado

- 20.1. Mercados para la moda
 - 20.1.1. La moda femenina
 - 20.1.2. Mercados de moda
 - 20.1.3. Mercados especializados
- 20.2. Las temporadas
 - 20.2.1. Las temporadas
 - 20.2.2. El ciclo de la moda
 - 20.2.3. Tendencias en moda
 - 20.2.4. Análisis de tendencias
 - 20.2.5. Desarrollo del proyecto
- 20.3. Investigación creativa
 - 20.3.1. Inspiración
 - 20.3.2. El cuaderno de campo
 - 20.3.3. Los materiales
 - 20.3.4. El *Moodboard*
- 20.4. Desarrollo y técnicas
 - 20.4.1. Estrategias de desarrollo
 - 20.4.2. Elementos del diseño
 - 20.4.3. Técnicas de construcción
 - 20.4.4. Técnicas de desarrollo
 - 20.4.5. Argumentación de la colección
- 20.5. Diseño de moda
 - 20.5.1. ¿Cómo es el diseño en moda?
 - 20.5.2. La confección
 - 20.5.3. La industria de la moda
 - 20.5.4. La colección de moda
 - 20.5.5. Corte, confección y acabados
- 20.6. Accesorios en moda
 - 20.6.1. Definición de accesorio
 - 20.6.2. Accesorios más utilizados en las colecciones
 - 20.6.3. La industria y el accesorio

- 20.7. ¿Cómo presentar el proyecto?
 - 20.7.1. Presentación en moda
 - 20.7.2. Presentación de una colección
 - 20.7.3. Estilismo de moda
- 20.8. ¿Dónde y cuándo presentar el proyecto?
 - 20.8.1. El calendario de la moda
 - 20.8.2. La prensa de moda
 - 20.8.3. Los editoriales en moda
 - 20.8.4. Ferias y eventos
- 20.9. Estrategias de comunicación del proyecto
 - 20.9.1. Segundas líneas
 - 20.9.2. Ampliación de la colección
 - 20.9.3. Practicidad
- 20.10. El diseño y la empresa
 - 20.10.1. Emprendimiento en moda
 - 20.10.2. El *branding*
 - 20.10.3. El marketing como promoción
 - 20.10.4. Los derechos de autor

Módulo 21. Historia de la indumentaria

- 21.1. Prehistoria
 - 21.1.1. Introducción
 - 21.1.2. Las civilizaciones prehistóricas
 - 21.1.3. El comercio de los tiempos prehistóricos
 - 21.1.4. El traje de la prehistoria
 - 21.1.5. Las pieles y las peleterías
 - 21.1.6. Los tejidos y las técnicas
 - 21.1.7. Las concordancias cronológicas y las similitudes en el traje prehistórico
- 21.2. Edad Antigua: Egipto y Mesopotamia
 - 21.2.1. Egipto
 - 21.2.2. El pueblo asirio
 - 21.2.3. El pueblo persa

- 21.3. Edad Antigua: La Grecia clásica
 - 21.3.1. El traje cretense
 - 21.3.2. Los tejidos utilizados en la Antigua Grecia
 - 21.3.3. Las prendas de la Antigua Grecia
 - 21.3.4. Ropa interior de la Antigua Grecia
 - 21.3.5. Calzado de la Antigua Grecia
 - 21.3.6. Sombreros y tocados de la Antigua Grecia
 - 21.3.7. Colores y adornos de la Antigua Grecia
 - 21.3.8. Complementos de la Antigua Grecia
- 21.4. Edad Antigua: El Imperio romano
 - 21.4.1. Los tejidos de la Antigua Roma
 - 21.4.2. Las prendas de la Antigua Roma
 - 21.4.3. Ropa interior de la Antigua Roma
 - 21.4.4. Calzado de la Antigua Roma
 - 21.4.5. Sombreros y tocados de la Antigua Roma
 - 21.4.6. Relación del estatus social y la vestimenta en la Antigua Roma
 - 21.4.7. El estilo bizantino
- 21.5. Alta Edad Media y Baja Edad Media
 - 21.5.1. Rasgos históricos generales de la época medieval
 - 21.5.2. El traje en los inicios de la época medieval
 - 21.5.3. El traje en el período carolingio
 - 21.5.4. El traje en la época románica
 - 21.5.5. El traje gótico
- 21.6. La Edad Moderna: Renacimiento, Barroco y Rococó
 - 21.6.1. Siglo XV y XVI: Renacimiento
 - 21.6.2. Siglo XVII: Barroco
 - 21.6.3. Siglo XVIII: Rococó
- 21.7. Edad Contemporánea: Neoclasicismo y Romanticismo
 - 21.7.1. La industria de la indumentaria
 - 21.7.2. *Charles Frédéric Worth*

- 21.7.3. *Jacquet Doucet*
- 21.7.4. La indumentaria femenina
- 21.7.5. Josefina Bonaparte: el estilo imperio
- 21.8. Edad Contemporánea: Época victoriana y la Belle Époque
 - 21.8.1. La Reina *Victoria*
 - 21.8.2. La indumentaria masculina
 - 21.8.3. *Dandy*
 - 21.8.4. *Paul Poiret*
 - 21.8.5. Madeleine Vionnet
- 21.9. Edad Contemporánea: de indumentaria a moda
 - 21.9.1. Nuevo contexto y cambio social
 - 21.9.2. Diseñadores de moda
 - 21.9.3. *Coco Chanel*
 - 21.9.4. *El New look*
- 21.10. Edad contemporánea: el siglo de los diseñadores y la moda
 - 21.10.1. El vestir moderno
 - 21.10.2. El ascenso de los diseñadores estadounidenses
 - 21.10.3. La escena londinense

Módulo 22. Patronaje masculino

- 22.1. Evolución de la moda masculina
 - 22.1.1. Contexto social e histórico de la moda masculina
 - 22.1.2. La renuncia al ornamento y reconquista del derecho a la moda
 - 22.1.3. Historia de la sastrería
- 22.2. La vestimenta masculina
 - 22.2.1. Tipologías de prendas y variaciones
 - 22.2.2. El accesorio masculino
 - 22.2.3. Análisis de marcas y comunicación
 - 22.2.4. Tendencias del momento
- 22.3. Estudio de las morfologías masculinas
 - 22.3.1. Evolución del cuerpo masculino
 - 22.3.2. Estudio del cuerpo masculino
 - 22.3.3. Tipología del cuerpo masculino
- 22.4. Patrón de la camisa
 - 22.4.1. Medidas
 - 22.4.2. Trazado
 - 22.4.3. Variaciones
- 22.5. Patrón del pantalón
 - 22.5.1. Medidas
 - 22.5.2. Trazado
 - 22.5.3. Variaciones
- 22.6. Trazado de la chaqueta
 - 22.6.1. Medidas
 - 22.6.2. Trazado
 - 22.6.3. Variaciones
- 22.7. Diseños de solapa de la chaqueta
 - 22.7.1. Medidas
 - 22.7.2. Trazado
 - 22.7.3. Variaciones
- 22.8. Patrón del chaleco
 - 22.8.1. Medidas
 - 22.8.2. Trazado
 - 22.8.3. Variaciones
- 22.9. El abrigo masculino
 - 22.9.1. Medidas
 - 22.9.2. Trazado
 - 22.9.3. Variaciones
- 22.10. Confección tradicional del traje de sastre
 - 22.10.1. Materiales
 - 22.10.2. Forrado
 - 22.10.3. Montaje
 - 22.10.4. Costura

06

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el **New England Journal of Medicine**.





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“*Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores facultades del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

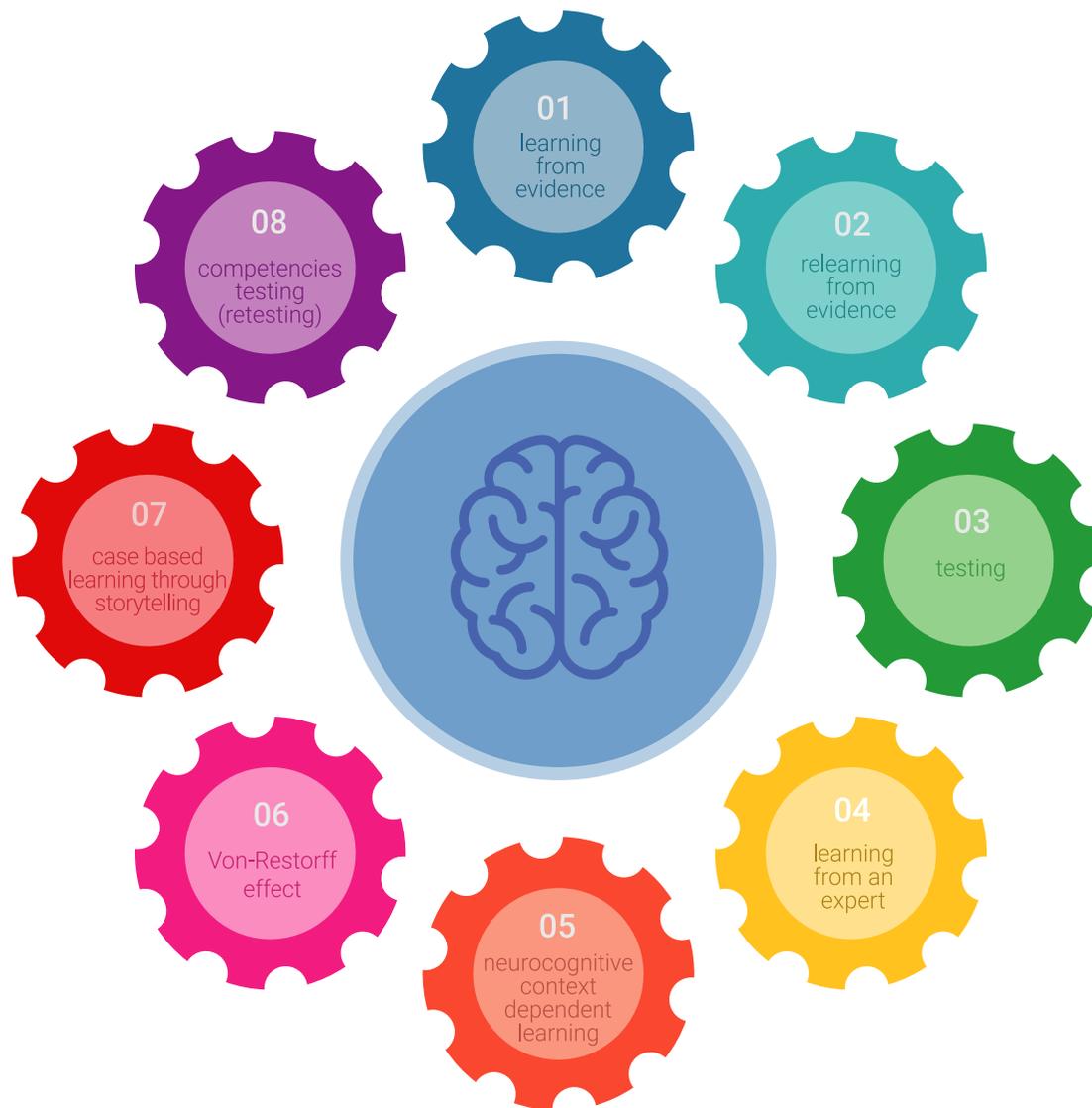
TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu capacitación, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

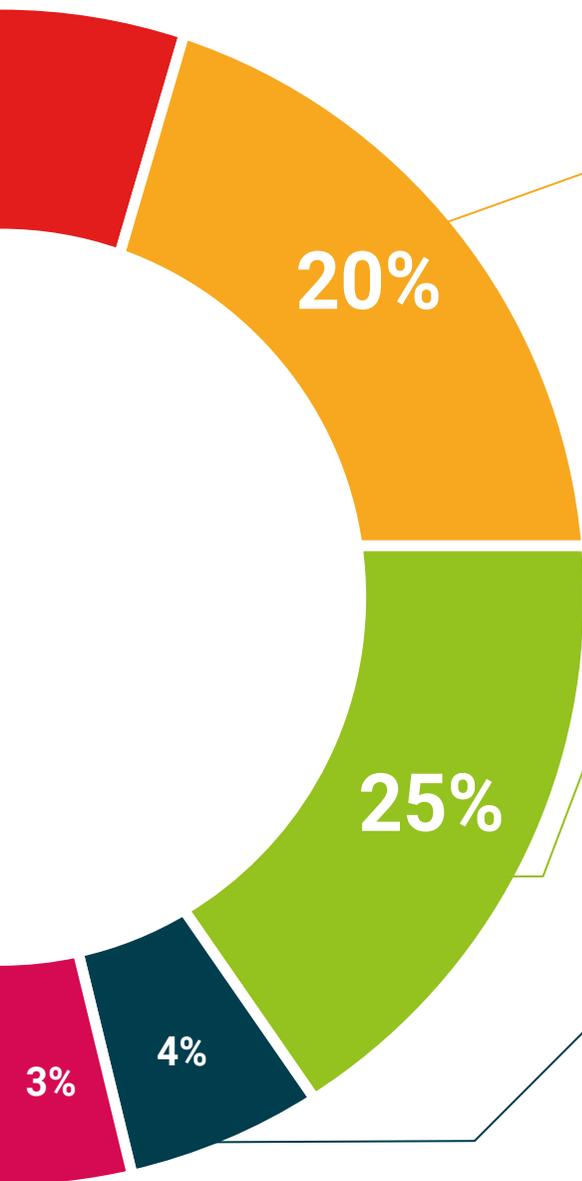
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



07

Titulación

El Grand Master en Diseño de Moda Integral garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Grand Master expedido por TECH Global University.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Grand Master en Diseño de Moda Integral** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (*boletín oficial*). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Grand Master en Diseño de Moda Integral**

Modalidad: **online**

Duración: **2 años**

Acreditación: **120 ECTS**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Global University realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Grand Master

Diseño de Moda Integral

- » Modalidad: online
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 120 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Grand Master

Diseño de Moda Integral



tech global
university