

Licenciatura Oficial Universitaria Diseño de Modas

Nº de RVOE: 20230352

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR

tech
universidad





Nº de RVOE: 20230352

Licenciatura Oficial Universitaria Diseño de Modas

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **3 años y 4 meses**

Fecha de vigencia RVOE: **13/02/2023**

Acceso web: www.techtitute.com/mx/disenio/licenciatura-universitaria/licenciatura-universitaria-diseno-modas

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Convalidación
de asignaturas

pág. 42

05

Objetivos docentes

pág. 48

06

Salidas profesionales

pág. 56

07

Idiomas gratuitos

pág. 60

08

Máster Título Propio gratuito

pág. 64

09

Metodología de estudio

pág. 68

10

Titulación

pág. 78

11

Homologación del título

pág. 82

12

Requisitos de acceso

pág. 86

13

Proceso de admisión

pág. 90

01

Presentación del programa

La industria de la Moda es un sector en auge que ofrece numerosas oportunidades a diseñadores con ideas disruptivas. Además, el crecimiento de este sector se ha visto enriquecido con el uso de nuevos materiales y métodos de confección. De este modo, cada vez más empresas demandan la incorporación de diseñadores altamente cualificados en este ámbito para elaborar piezas exclusivas y creativas. Para aprovechar estas oportunidades, los especialistas necesitan adquirir competencias avanzadas para dominar las técnicas más sofisticadas de procesos textiles. Con esta idea en mente, TECH lanza una innovadora titulación universitaria enfocada en el Diseño de Modas, que brindará a los profesionales múltiples estrategias para adaptarse a las tendencias globales. Además, se imparte en una cómoda Modalidad 100% online.

Este es el momento, te estábamos esperando





“

Mediante esta Licenciatura Oficial Universitaria, crearás Diseños que reflejen conceptos innovadores y te posicionarás en la industria de la Moda”

Con la llegada de la Industria 4.0, el campo de la Moda ha experimentado diversos avances gracias al empleo de nuevas tecnologías. Pese a que las casas de costura siguen ejerciendo una gran influencia, también figuras del entretenimiento y pequeños diseñadores han aportado ideas disruptivas que están calando en el sector. A esto se suma la popularización de redes sociales que están marcando tendencias, como es el caso de Tik Tok, Twitter o Instagram. Y, a todo ello, se le suma la necesidad de que los especialistas incorporen a su praxis nuevas formas de confección, patronaje y métodos para garantizar que los productos sean sostenibles a largo plazo. Frente a esta realidad, los profesionales tienen que mantenerse a la vanguardia de las últimas tendencias en este ámbito y emplear tecnologías emergentes para agilizar la creación de colecciones.

En este contexto, TECH presenta una vanguardista Licenciatura Oficial Universitaria en Diseño de Modas. Concebido por referencias en esta materia, el itinerario académico profundizará en factores que comprenden desde las técnicas gráficas o los sistemas de representación técnica hasta los géneros de punto. Al mismo tiempo, el temario proporcionará las claves para que los egresados lleven a cabo procesos de transformación digital en instituciones textiles e incorporen herramientas disruptivas como la Inteligencia Artificial. De este modo, los egresados adquirirán competencias avanzadas para conceptualizar, desarrollar y materializar Diseños de Moda originales, adaptados tanto a las tendencias globales como locales.

Además, este programa posee el Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE) otorgado por la Secretaría de Educación Pública (SEP), lo que respalda la validez oficial del título en México. Esta acreditación proporciona abrirá a los egresados las puertas a un amplio abanico de salidas profesionales.

Por otra parte, en lo que respecta a la metodología de la titulación, TECH ofrece un entorno de aprendizaje 100% online y emplea el revolucionario sistema del *Relearning*, lo que garantiza una asimilación progresiva a la par que natural.





“

Destacarás por llevar a cabo prácticas sostenibles y éticas en todas las etapas de la producción de vestimentas”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.

Te damos +

“

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH”

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistumba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

Profesorado
TOP
Internacional



La metodología
más eficaz

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en once idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



La universidad mejor valorada por sus alumnos

La web de valoraciones Trustpilot ha posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo por sus alumnos. Este portal de reseñas, el más fiable y prestigioso porque verifica y valida la autenticidad de cada opinión publicada, ha concedido a TECH su calificación más alta, 4,9 sobre 5, atendiendo a más de 1.000 reseñas recibidas. Unas cifras que sitúan a TECH como la referencia universitaria absoluta a nivel internacional.



Plan de estudios

La Licenciatura en Diseño de Moda es un plan de estudios confeccionado para proporcionar al alumnado un conocimiento integral sobre la realidad de esta industria y las destrezas necesarias para destacar en la misma. De este modo, el temario proporcionará a los especialistas las herramientas más modernas para optimizar el manejo de materiales y procesos textiles. A su vez, los materiales didácticos ofrecerán las claves para emplear tecnologías avanzadas como la Inteligencia Artificial para automatizar determinadas labores. En adición, el programa ahondará en diversas estrategias de Marketing para que los egresados capten el interés de los consumidores.



*Un temario
completo y bien
desarrollado*



“

Desarrollarás una visión estratégica que te permitirá comprender holísticamente las dinámicas culturales, comerciales y de consumo de la Moda”

A lo largo de las 40 asignaturas de esta titulación universitaria, el alumnado analizará diversos casos prácticos reales a través de entornos simulados de aprendizaje. También, los especialistas encontrarán en el Campus Virtual otros recursos multimedia de carácter complementario como vídeos explicativos, resúmenes interactivos o lecturas especializadas. De este modo, disfrutarán de una experiencia académica dinámica y amena.

“

El exclusivo sistema Relearning de TECH te permitirá incrementar tus conocimientos sin depender de condicionantes externos de enseñanza. ¡Solo necesitarás un dispositivo con conexión a internet!”

Dónde, cuándo y cómo se imparte

Esta Licenciatura Oficial Universitaria se ofrece 100% online, por lo que el alumno podrá cursarlo desde cualquier sitio, haciendo uso de una computadora, una tableta o simplemente mediante su *smartphone*. Además, podrá acceder a los contenidos de manera offline, bastando con descargarse los contenidos de los temas elegidos en el dispositivo y abordarlos sin necesidad de estar conectado a Internet. Una modalidad de estudio autodirigida y asincrónica que pone al estudiante en el centro del proceso académico, gracias a un formato metodológico ideado para que pueda aprovechar al máximo su tiempo y optimizar el aprendizaje.



En esta Licenciatura con RVOE, el alumnado dispondrá de 40 asignaturas que podrá abordar y analizar a lo largo de 3 años y 4 meses de estudio.

Asignatura 1	Fundamentos del Diseño	Asignatura 21	Sistemas de representación aplicados a la Moda
Asignatura 2	Dibujo y técnicas gráficas	Asignatura 22	Proyectos de Moda I
Asignatura 3	Volumen y espacio	Asignatura 23	Moda sostenible
Asignatura 4	Sistemas de representación técnica	Asignatura 24	Bordado y géneros de punto
Asignatura 5	Historia del Arte I	Asignatura 25	Estampación y tinción
Asignatura 6	El color y la forma	Asignatura 26	Grandes diseñadoras de Moda
Asignatura 7	Metodología del Diseño	Asignatura 27	Historia y cultura universal del vestido
Asignatura 8	Teoría y metodología del proyecto	Asignatura 28	Historia, contexto y crítica de la Moda
Asignatura 9	Historia del Arte II	Asignatura 29	Estilismo avanzado
Asignatura 10	Patronaje y confección	Asignatura 30	Contextos histórico-artísticos de la Moda y el Diseño de Moda
Asignatura 11	Teoría y cultura del Diseño	Asignatura 31	Proyectos de Moda II
Asignatura 12	Fotografía	Asignatura 32	Transformación digital e innovación en el sector de la Moda
Asignatura 13	Tecnología digital	Asignatura 33	Grandes diseñadores de Moda
Asignatura 14	Ilustración de Moda	Asignatura 34	Organización empresarial y gestión de proyectos
Asignatura 15	Historia de la indumentaria	Asignatura 35	Mercadotecnia en Moda
Asignatura 16	Fundamentos de creatividad	Asignatura 36	La identidad del consumidor y la evolución de las tendencias
Asignatura 17	Estética	Asignatura 37	Ética, legislación y deontología profesional
Asignatura 18	Tecnología textil	Asignatura 38	Diseño de producto
Asignatura 19	Sastrería de caballero	Asignatura 39	Habilidades directivas
Asignatura 20	Fundamentos científicos aplicados al Diseño	Asignatura 40	Identidad corporativa

Así, los contenidos académicos de estas asignaturas abarcan también los siguientes temas y subtemas:

Asignatura 1

Fundamentos del Diseño

1.1. Historia del diseño

- 1.1.1. La Revolución Industrial
- 1.1.2. Las etapas del diseño
- 1.1.3. La arquitectura
- 1.1.4. La Escuela de Chicago

1.2. Estilos y movimientos del diseño

- 1.2.1. Diseño decorativo
- 1.2.2. Movimiento modernista
- 1.2.3. Art Decó
- 1.2.4. Diseño industrial
- 1.2.5. La Bauhaus
- 1.2.6. II Guerra Mundial
- 1.2.7. Transvanguardias
- 1.2.8. Diseño contemporáneo

1.3. Diseñadores y tendencias

- 1.3.1. Diseñadores de interior
- 1.3.2. Diseñadores gráficos
- 1.3.3. Diseñadores industriales o de producto
- 1.3.4. Diseñadores de moda

1.4. Metodología proyectual de diseño

- 1.4.1. Bruno Munari
- 1.4.2. Gui Bonsiepe
- 1.4.3. J. Christopher Jones
- 1.4.4. L. Bruce Archer
- 1.4.5. Guillermo González Ruiz
- 1.4.6. Jorge Frascara
- 1.4.7. Bernd Löbach
- 1.4.8. Joan Costa
- 1.4.9. Norberto Chaves

1.5. El lenguaje en diseño

- 1.5.1. Los objetos y el sujeto
- 1.5.2. Semiótica de los objetos
- 1.5.3. La disposición objetual y su connotación
- 1.5.4. La Globalización de los signos
- 1.5.5. Propuesta

1.6. El diseño y su dimensión estético-formal

- 1.6.1. Elementos visuales
 - 1.6.1.1. La forma
 - 1.6.1.2. La medida
 - 1.6.1.3. El color
 - 1.6.1.4. La textura
- 1.6.2. Elementos de relación
 - 1.6.2.1. Dirección
 - 1.6.2.2. Posición
 - 1.6.2.3. Espacio
 - 1.6.2.4. Gravedad
- 1.6.3. Elementos prácticos
 - 1.6.3.1. Representación
 - 1.6.3.2. Significado
 - 1.6.3.3. Función
- 1.6.4. Marco de referencia

1.7. Métodos analíticos del diseño

- 1.7.1. El diseño pragmático
- 1.7.2. Diseño analógico
- 1.7.3. Diseño icónico
- 1.7.4. Diseño canónico
- 1.7.5. Principales autores y su metodología

1.8. Diseño y semántica

- 1.8.1. La semántica
- 1.8.2. La significación
- 1.8.3. Significado denotativo y significado connotativo
- 1.8.4. El léxico
- 1.8.5. Campo léxico y familia léxica
- 1.8.6. Las relaciones semánticas
- 1.8.7. El cambio semántico
- 1.8.8. Causas de los cambios semánticos

1.9. Diseño y pragmática

- 1.9.1. Consecuencias prácticas, abducción y semiótica
- 1.9.2. Mediación, cuerpo y emociones
- 1.9.3. Aprendizaje, vivencia y cierre
- 1.9.4. Identidad, relaciones sociales y objetos

1.10. Contexto actual del diseño

- 1.10.1. Problemas actuales del diseño
- 1.10.2. Los temas actuales del diseño
- 1.10.3. Aportes sobre metodología

Asignatura 2

Dibujo y técnicas gráficas

2.1. Historia del dibujo

- 2.1.1. El origen del dibujo
- 2.1.2. Los primeros dibujos
- 2.1.3. Era egipcia
- 2.1.4. La cultura griega
- 2.1.5. Edad Media
- 2.1.6. El Renacimiento

- 2.1.7. Era moderna
 - 2.1.7.1. Futurismo
 - 2.1.7.2. Cubismo
 - 2.1.7.3. Expresionismo
 - 2.1.7.4. Surrealismo
- 2.1.8. Arte digital

2.2. Materiales y soportes

- 2.2.1. Materiales tradicionales
- 2.2.2. Materiales no tradicionales
- 2.2.3. Materiales propios del dibujo
- 2.2.4. Materiales industriales
- 2.2.5. Materiales alternativos
- 2.2.6. Soportes para el dibujo

2.3. Relación del arte y el dibujo

- 2.3.1. Pintura
- 2.3.2. Escultura
- 2.3.3. Música
- 2.3.4. Danza
- 2.3.5. Literatura
- 2.3.6. Cine

2.4. Elementos básicos del dibujo

- 2.4.1. La línea y el punto
- 2.4.2. La forma
- 2.4.3. La luz y la sombra
- 2.4.4. El volumen
- 2.4.5. La proporción
- 2.4.6. La perspectiva
- 2.4.7. La textura
- 2.4.8. El color

2.5. Clasificación del dibujo

- 2.5.1. Dibujo artístico
- 2.5.2. Dibujo técnico
- 2.5.3. Dibujo geométrico
- 2.5.4. Dibujo mecánico
- 2.5.5. Dibujo arquitectónico

- 2.5.6. Dibujo animado
- 2.5.7. Dibujo a mano alzada

2.6. Encaje, proporción, claroscuro, composición y color

- 2.6.1. Encaje
- 2.6.2. Proporción
- 2.6.3. Claroscuro
- 2.6.4. Composición
- 2.6.5. Color

2.7. Análisis de la forma I: La visión en plano

- 2.7.1. La perspectiva
- 2.7.2. Perspectiva jerárquica
- 2.7.3. Perspectiva militar
- 2.7.4. Perspectiva caballera
- 2.7.5. Perspectiva axonométrica
- 2.7.6. Perspectiva cónica

2.8. Análisis de la forma II. La visión en tres dimensiones

- 2.8.1. Tridimensionalidad monocular: la imagen plana
- 2.8.2. Eficacia de la monocularidad
- 2.8.3. La estereopsis
- 2.8.4. Simulación y medición de la estereopsis

2.9. Técnicas de expresión y representación en el proceso de diseño

- 2.9.1. Mapa mental
- 2.9.2. Relatorías gráficas
- 2.9.3. Ilustración
- 2.9.4. El cómic
- 2.9.5. Los guiones gráficos

2.10. La importancia del dibujo para el ser humano

- 2.10.1. Libertad de pensamiento y expresión
- 2.10.2. Capacidad comunicativa
- 2.10.3. La sensibilidad artística
- 2.10.4. Invención, imaginación y creatividad

Asignatura 3

Volumen y espacio

3.1. Elementos básicos del lenguaje tridimensional

- 3.1.1. Origen y cronología del diseño tridimensional
- 3.1.2. Definición del diseño tridimensional
- 3.1.3. Elementos del diseño tridimensional
- 3.1.4. Metodología del diseño tridimensional
- 3.1.5. La operatoria en fundamentos del diseño
- 3.1.6. Modelos, maquetas y prototipos

3.2. Materiales y procesos

- 3.2.1. Materiales
 - 3.2.1.1. La piedra
 - 3.2.1.2. El metal
 - 3.2.1.3. La madera
 - 3.2.1.4. El barro
 - 3.2.1.5. La arcilla

- 3.2.2. Procesos
 - 3.2.2.1. Realización de una plancha
 - 3.2.2.2. Método de los churros
 - 3.2.2.3. El cubo

- 3.2.3. El taller

3.3. Transformación y creación del espacio

- 3.3.1. Del plano al volumen
- 3.3.2. La escultura a partir del plano
 - 3.3.2.1. El relieve
 - 3.3.2.1.1. Hueco relieve
 - 3.3.2.1.2. Bajo relieve
 - 3.3.2.1.3. Mediorelieve
 - 3.3.2.1.4. Alto relieve
 - 3.3.2.1.5. Medio bulto
 - 3.3.2.2. El collage y el ensamblaje
 - 3.3.2.3. Creación de una escultura
- 3.3.3. Bidimensionalidad y lo tridimensionalidad
 - 3.3.3.1. El trampantojo
- 3.3.4. Artistas matéricos
- 3.3.5. Pintura como escultura

3.4. Sistemas de configuración tridimensional

- 3.4.1. La estructura
- 3.4.2. La estructura como soporte
 - 3.4.2.1. Estructuras diseñadas para soportar
 - 3.4.2.2. Estructuras y equilibrio

- 3.4.3. La estructura como base compositiva
 - 3.4.3.1. La geometría como estructura o base compositiva
 - 3.4.3.2. Estructuras por zonas jerárquicas
 - 3.4.3.3. Estructuras jerárquicas por tamaño y proporción
 - 3.4.3.4. Estructuras gestuales y matéricas determinadas por la sensibilidad
 - 3.4.3.5. La estructura del todo
- 3.4.4. Visualización mental de las estructuras
- 3.4.5. La forma y la función
 - 3.4.5.1. Predominio de forma o función
 - 3.4.5.1.1. El lujo y la apariencia
 - 3.4.5.2. Formas en la naturaleza
 - 3.4.5.2.1. Formas biomórficas
 - 3.4.5.2.2. Formas geométricas
 - 3.4.5.2.3. Formas naturales
 - 3.4.5.3. Formas industriales
 - 3.4.5.3.1. La forma revisable
 - 3.4.5.3.2. Antigüedades
 - 3.4.5.4. Relación del ser humano con la forma y la función

3.5. Técnicas aditivas

- 3.5.1. Modelado
- 3.5.2. Tipologías del modelado
- 3.5.3. Creación del molde

3.6. Técnicas sustractivas

- 3.6.1. El tallado
- 3.6.2. Materiales y herramientas
- 3.6.3. Proceso de tallado
- 3.6.4. Artistas destacados

3.7. Técnicas constructivas

- 3.7.1. Ensamblaje y configuraciones espaciales
- 3.7.2. Materiales
- 3.7.3. Tipologías
- 3.7.4. Características
- 3.7.5. Artistas destacados

3.8. Técnicas de moldeo

- 3.8.1. Moldeado y vaciado
- 3.8.2. Técnica
- 3.8.3. Procedimiento
- 3.8.4. Tipologías
- 3.8.5. Materiales
- 3.8.6. Herramientas
- 3.8.7. Partes y elementos
- 3.8.8. El recorrido de salida y los enganches
- 3.8.9. Tipos de sistemas de moldes

3.9. Nuevas tecnologías

- 3.9.1. Evolución de la forma tridimensional
- 3.9.2. Nuevas técnicas y materiales
 - 3.9.2.1. El plástico
 - 3.9.2.2. El hormigón
 - 3.9.2.3. Esculturas de luz
 - 3.9.2.4. Bioarte
 - 3.9.2.5. El vídeo y el espacio virtual
- 3.9.3. Impresión 3D

3.10. Comunicación del proyecto

- 3.10.1. Grandes espacios. Arte de la tierra
- 3.10.2. Instalaciones
- 3.10.3. Acontecimiento y actuación
- 3.10.4. El movimiento. Esculturas cinéticas

Asignatura 4

Sistemas de representación técnica

4.1. Introducción a la geometría plana

- 4.1.1. El material fundamental y su uso
- 4.1.2. Trazados fundamentales en el plano
- 4.1.3. Polígonos. Relaciones métricas
- 4.1.4. Normalización, líneas, escritura y formatos
- 4.1.5. Acotación normalizada
- 4.1.6. Escalas
- 4.1.7. Sistemas de representación
 - 4.1.7.1. Tipos de proyección
 - 4.1.7.1.1. Proyección cónica
 - 4.1.7.1.2. Proyección cilíndrica ortogonal
 - 4.1.7.1.3. Proyección cilíndrica oblicua
 - 4.1.7.2. Clases de sistemas de representación
 - 4.1.7.2.1. Sistemas de medida
 - 4.1.7.2.2. Sistemas perspectivos

4.2. Trazados fundamentales en el plano

- 4.2.1. Elementos geométricos fundamentales
- 4.2.2. Perpendicularidad
- 4.2.3. Paralelismo
- 4.2.4. Operaciones con segmentos
- 4.2.5. Ángulos
- 4.2.6. Circunferencias
- 4.2.7. Lugares geométricos

4.3. Transformaciones geométricas

- 4.3.1. Isométricas
 - 4.3.1.1. Igualdad
 - 4.3.1.2. Traslación
 - 4.3.1.3. Simetría
 - 4.3.1.4. Giro
- 4.3.2. Isomórficas
 - 4.3.2.1. Homotecia
 - 4.3.2.2. Semejanza
- 4.3.3. Anamórficas
 - 4.3.3.1. Equivalencias
 - 4.3.3.2. Inversión
- 4.3.4. Proyectivas
 - 4.3.4.1. Homología
 - 4.3.4.2. Homología afín o afinidad

4.4. Polígonos

- 4.4.1. Líneas poligonales
 - 4.4.1.1. Definición y tipos
- 4.4.2. Triángulos
 - 4.4.2.1. Elementos y clasificación
 - 4.4.2.2. Construcción de triángulos
 - 4.4.2.3. Rectas y puntos notables

- 4.4.3. Cuadriláteros
 - 4.4.3.1. Elementos y clasificación
 - 4.4.3.2. Paralelogramos
- 4.4.4. Polígonos regulares
 - 4.4.4.1. Definición
 - 4.4.4.2. Construcción
- 4.4.5. Perímetros y áreas
 - 4.4.5.1. Definición. Medir áreas
 - 4.4.5.2. Unidades de superficie
- 4.4.6. Áreas de polígonos
 - 4.4.6.1. Áreas de cuadriláteros
 - 4.4.6.2. Áreas de triángulos
 - 4.4.6.3. Áreas de polígonos regulares
 - 4.4.6.4. Áreas de irregulares

4.5. Tangencias y enlaces. Curvas técnicas y cónicas

- 4.5.1. Tangencias, enlaces y polaridad
 - 4.5.1.1. Tangencias
 - 4.5.1.1.1. Teoremas de Tangencia
 - 4.5.1.1.2. Trazados de rectas tangentes
 - 4.5.1.1.3. Enlaces de rectas y curvas
 - 4.5.1.2. Polaridad en la circunferencia
 - 4.5.1.2.1. Trazados de circunferencias tangentes
- 4.5.2. Curvas técnicas
 - 4.5.2.1. Óvalos
 - 4.5.2.2. Ovoides
 - 4.5.2.3. Espirales
- 4.5.3. Curvas cónicas
 - 4.5.3.1. Elipse
 - 4.5.3.2. Parábola
 - 4.5.3.3. Hipérbola

4.6. Sistema diédrico

- 4.6.1. Generalidades
 - 4.6.1.1. Punto y recta
 - 4.6.1.2. El plano. Intersecciones
 - 4.6.1.3. Paralelismo, perpendicularidad y distancias
 - 4.6.1.4. Cambios de plano
 - 4.6.1.5. Giros
 - 4.6.1.6. Abatimientos
 - 4.6.1.7. Ángulos
- 4.6.2. Curvas y superficies
 - 4.6.2.1. Curvas
 - 4.6.2.2. Superficies
 - 4.6.2.3. Poliedros
 - 4.6.2.4. Pirámide
 - 4.6.2.5. Prisma
 - 4.6.2.6. Cono
 - 4.6.2.7. Cilindro
 - 4.6.2.8. Superficies de revolución
 - 4.6.2.9. Intersección de superficies
- 4.6.3. Sombras
 - 4.6.3.1. Generalidades

4.7. Sistema acotado

- 4.7.1. Punto, recta y plano
- 4.7.2. Intersecciones y abatimientos
 - 4.7.2.1. Abatimientos
 - 4.7.2.2. Aplicaciones
- 4.7.3. Paralelismo, perpendicularidad, distancias y ángulos
 - 4.7.3.1. Perpendicularidad
 - 4.7.3.2. Distancias
 - 4.7.3.3. Ángulos
- 4.7.4. Línea, superficies y terrenos
 - 4.7.4.1. Terrenos
- 4.7.5. Aplicaciones

4.8. Sistema axonométrico

- 4.8.1. Axonometría ortogonal: punto, recta y plano
- 4.8.2. Axonometría ortogonal: intersecciones, abatimientos y perpendicularidad
 - 4.8.2.1. Abatimientos
 - 4.8.2.2. Perpendicularidad
 - 4.8.2.3. Formas planas
- 4.8.3. Axonometría ortogonal: perspectiva de cuerpos
 - 4.8.3.1. Representación de cuerpos
- 4.8.4. Axonometría oblicua: abatimientos, perpendicularidad
 - 4.8.4.1. Perspectiva frontal
 - 4.8.4.2. Abatimiento y perpendicularidad
 - 4.8.4.3. Figuras planas
- 4.8.5. Axonometría oblicua: perspectiva de cuerpos
 - 4.8.5.1. Sombras

4.9. Sistema cónico

- 4.9.1. Proyección cónica o central
 - 4.9.1.1. Intersecciones
 - 4.9.1.2. Paralelismos
 - 4.9.1.3. Abatimientos
 - 4.9.1.4. Perpendicularidad
 - 4.9.1.5. Ángulos
- 4.9.2. Perspectiva lineal
 - 4.9.2.1. Construcciones auxiliares
- 4.9.3. Perspectiva de líneas y superficies
 - 4.9.3.1. Perspectiva práctica
- 4.9.4. Métodos perspectivos
 - 4.9.4.1. Cuadro inclinado
- 4.9.5. Restituciones perspectivas
 - 4.9.5.1. Reflejos
 - 4.9.5.2. Sombras

4.10. El croquis

- 4.10.1. Objetivos de la croquización
- 4.10.2. La proporción
- 4.10.3. Proceso de croquizado
- 4.10.4. El punto de vista
- 4.10.5. Rotulación y símbolos gráficos
- 4.10.6. Medida

Asignatura 5**Historia del Arte I****5.1. El origen del arte. Prehistoria y civilizaciones antiguas**

- 5.1.1. El arte y los artistas
- 5.1.2. Pueblos prehistóricos y primitivos
 - 5.1.2.1. Las Venus paleolíticas
 - 5.1.2.2. La pintura rupestre (Altamira y Lascaux)
 - 5.1.2.3. El arte mueble
 - 5.1.2.4. Mesolítico. Pintura al aire libre.
 - 5.1.2.5. Neolítico. Diosas-madre. Pintura.
- 5.1.3. La América antigua

5.2. Egipto, Mesopotamia, Creta

- 5.2.1. Antiguo Egipto
 - 5.2.1.1. Etapas del Antiguo Egipto
 - 5.2.1.2. Arquitectura egipcia
 - 5.2.1.3. Escultura egipcia
 - 5.2.1.4. Pintura egipcia
 - 5.2.1.5. Arte y religión en el Antiguo Egipto

- 5.2.2. Mesopotamia
 - 5.2.2.1. Etapas de Mesopotamia
 - 5.2.2.2. Cerámica mesopotámica
 - 5.2.2.3. Arquitectura mesopotámica
 - 5.2.2.4. Metalurgia y orfebrería mesopotámica
 - 5.2.2.5. Escultura mesopotámica
 - 5.2.2.6. Pintura mesopotámica
 - 5.2.2.7. Arte y religión en Mesopotamia
- 5.2.3. Creta
 - 5.2.3.1. Etapas de la civilización minoica
 - 5.2.3.2. Arquitectura minoica
 - 5.2.3.3. Pintura minoica
 - 5.2.3.4. Cerámica minoica
 - 5.2.3.5. Escultura y orfebrería minoica
 - 5.2.3.6. Arte y religión la civilización minoica

5.3. Grecia. El reino de la belleza

- 5.3.1. Etapas de la Grecia Antigua
- 5.3.2. Arquitectura griega
- 5.3.3. Escultura griega
- 5.3.4. Pintura griega
- 5.3.5. Cerámica griega
- 5.3.6. Cultura griega
- 5.3.7. Arte y religión de la Grecia Antigua

5.4. Roma y Bizancio

- 5.4.1. Arte romano
- 5.4.2. Arte budista
- 5.4.3. Arte judío
- 5.4.4. Arte paleocristiano
- 5.4.5. Historia y etapas del imperio bizantino
- 5.4.6. Arquitectura bizantina
- 5.4.7. Escultura bizantina
- 5.4.8. Mosaicos y pinturas bizantinas

5.5. Arte Medieval

- 5.5.1. Paleocristiano
- 5.5.2. Prerrománico
- 5.5.3. Románico
- 5.5.4. Gótico

5.6. Renacimiento

- 5.6.1. Origen y características del Renacimiento
- 5.6.2. Etapas históricas
 - 5.6.2.1. Quattrocento
 - 5.6.2.2. Cinquecento
- 5.6.3. Características del Renacimiento
- 5.6.4. Elementos constructivos renacentistas
- 5.6.5. Arquitectura renacentista
- 5.6.6. Principales representantes del Rococó

5.7. Barroco y Rococó

- 5.7.1. El Barroco
 - 5.7.1.1. Origen y características del Barroco
 - 5.7.1.2. Pintura barroca
 - 5.7.1.3. Escultura barroca
 - 5.7.1.4. Arquitectura barroca
 - 5.7.1.5. Música barroca

- 5.7.1.6. Mobiliario barroco
- 5.7.1.7. Principales representantes del Barroco
- 5.7.2. Del Barroco al Rococó
- 5.7.3. El Rococó
 - 5.7.3.1. Origen y características del Rococó
 - 5.7.3.2. Pintura del Rococó
 - 5.7.3.3. Escultura del Rococó
 - 5.7.3.4. Arquitectura del Rococó
 - 5.7.3.5. Principales representantes del Rococó
- 5.7.4. Declive del Rococó

5.8. Neoclasicismo

- 5.8.1. Origen y características del Neoclasicismo
- 5.8.2. Arquitectura neoclásica
- 5.8.3. Escultura neoclásica
- 5.8.4. Pintura neoclásica
- 5.8.5. Música neoclásica
- 5.8.6. Literatura neoclásica
- 5.8.7. Principales representantes del Neoclasicismo
- 5.8.8. Decadencia del Neoclasicismo

5.9. Romanticismo

- 5.9.1. Origen y características del Romanticismo
- 5.9.2. Literatura romántica
- 5.9.3. Pintura romántica
- 5.9.4. Música en el Romanticismo
- 5.9.5. Arquitectura en el Romanticismo
- 5.9.6. Principales representantes del Romanticismo
- 5.9.7. Decadencia del Romanticismo

5.10. Realismo e impresionismo

- 5.10.1. Realismo
 - 5.10.1.1. Origen e influencias
 - 5.10.1.2. Características
 - 5.10.1.3. Obras
 - 5.10.1.4. Principales representantes
- 5.10.2. Impresionismo
 - 5.10.2.1. Origen e influencias
 - 5.10.2.2. Características
 - 5.10.2.3. Obras
 - 5.10.2.4. Principales representantes

Asignatura 6

El color y la forma

6.1. Teoría del color

- 6.1.1. Percepción de la forma y el espacio
- 6.1.2. El color. Definición
- 6.1.3. Percepción del color
- 6.1.4. Propiedades o dimensiones del color
- 6.1.5. Clasificación del color

6.2. La percepción del color

- 6.2.1. El ojo humano
- 6.2.2. Visión de los colores
- 6.2.3. Variables en la percepción del color
- 6.2.4. Percepción no visual del color

6.3. Modelos y normalización del color

- 6.3.1. Historia del color
 - 6.3.1.1. Primeras teorías
 - 6.3.1.2. Leonardo Da Vinci
 - 6.3.1.3. Isaac Newton
 - 6.3.1.4. Moses Harris
 - 6.3.1.5. Goethe

- 6.3.1.6. Runge
- 6.3.1.7. Chevreul
- 6.3.1.8. Rood
- 6.3.1.9. Munsell
- 6.3.1.10. Ostwald
- 6.3.2. Percepción visual
 - 6.3.2.1. Absorción y reflexión
- 6.3.2.2. Las moléculas de pigmento
- 6.3.3. Atributos del color
 - 6.3.3.1. Tono
 - 6.3.3.2. Luminancia
 - 6.3.3.3. Saturación
- 6.3.4. Colores cálidos y fríos
- 6.3.5. La armonía en los colores
- 6.3.6. El contraste
- 6.3.7. Efectos del color
 - 6.3.7.1. El tamaño
 - 6.3.7.2. Transparencia, peso y masa

6.4. Semiótica y semántica del color

- 6.4.1. Semiótica del color
- 6.4.2. Descripción del color
- 6.4.3. Colores: material, luces, percepciones, sensaciones
- 6.4.4. Color y materia
- 6.4.5. La verdad de un color
- 6.4.6. Percepción del color
- 6.4.7. El peso de un color
- 6.4.8. El diccionario del color

6.5. El color en el diseño

- 6.5.1. Tendencias cromáticas
- 6.5.2. Diseño gráfico
- 6.5.3. Diseño de interiores
- 6.5.4. Arquitectura
- 6.5.5. Diseño paisajístico
- 6.5.6. Diseño de moda

6.6. Composición

- 6.6.1. Generalidades.
 - 6.6.1.1. Códigos empleados
 - 6.6.1.2. Grado originalidad y de banalidad
 - 6.6.1.3. Grado iconicidad y de abstracción
- 6.6.2. Organización configuracional de la imagen: relación fondo y figura
- 6.6.3. Organización configuracional de la imagen: leyes gestálticas
- 6.6.4. Organización configuracional de la imagen: sistemas de organización espacial
 - 6.6.4.1. Equilibrio: estático o dinámico. Sistema focal u ortogonal
 - 6.6.4.2. Proporción
 - 6.6.4.3. Simetría
 - 6.6.4.4. Movimiento y ritmo
- 6.6.5. Estudio del campo

6.7. Las funciones de la imagen

- 7.7.1. Representativa
 - 7.7.1.1. Cartográfica
 - 7.7.1.2. Científica
 - 7.7.1.3. Arquitectónica
 - 7.7.1.4. Proyectual
- 7.7.2. Persuasiva
- 7.7.3. Artística

6.8. Psicología del color

- 6.8.1. Colores cálidos y colores fríos
- 6.8.2. Efectos fisiológicos
- 6.8.3. Simbolismo de los colores
- 6.8.4. Preferencias personales sobre los colores
- 6.8.5. Efectos emocionales
- 6.8.6. Color local y expresivos

6.9. El significado del color

- 6.9.1. Azul
- 6.9.2. Rojo
- 6.9.3. Amarillo
- 6.9.4. Verde
- 6.9.5. Negro
- 6.9.6. Blanco
- 6.9.7. Naranja
- 6.9.8. Violeta
- 6.9.9. Rosa
- 6.9.10. Oro
- 6.9.11. Plata
- 6.9.12. Marrón
- 6.9.13. Gris

6.10. Utilización del color

- 6.10.1. Fuentes de tintes y pigmentos
- 6.10.2. Iluminación
- 6.10.3. Mezcla de óleos y acrílicos
- 6.10.4. Cerámica vidriada
- 6.10.5. Cristal coloreado
- 6.10.6. Impresión en color
- 6.10.7. Fotografía en color

Asignatura 7**Metodología del Diseño****7.1. Sobre la metodología y el diseño**

- 7.1.1. ¿Qué es la metodología del diseño?
- 7.1.2. Diferencias entre método, metodología y técnica
- 7.1.3. Tipos de técnicas metodológicas
- 7.1.4. Dedución, Inducción y abducción

7.2. Introducción a la investigación en el diseño

- 7.2.1. Heredando el método científico
- 7.2.2. Conceptos generales de los procesos de investigación
- 7.2.3. Fases principales del proceso de investigación
- 7.2.4. Cronograma

7.3. Algunas propuestas metodológicas

- 7.3.1. Propuestas para una nueva metodología por Burdek Bernhard
- 7.3.2. Método sistemático para diseñadores de Bruce Archer
- 7.3.3. Diseño generalizador integrado de Victor Papanek
- 7.3.4. Método proyectual de Bruno Munari
- 7.3.5. Proceso creativo de solución de problemas de Bernd Löbach
- 7.3.6. Otros autores y esquemas de otros métodos

7.4. Definición del problema

- 7.4.1. Identificación y análisis de la necesidad
- 7.4.2. El documento guía (briefing), ¿qué es?
- 7.4.3. ¿Qué debe contener un buen documento guía (briefing)?
- 7.4.4. Consejos para preparar un documento guía (briefing)

7.5. Investigación para el proyecto

- 7.5.1. Estudio de los antecedentes
- 7.5.2. Implicación del proyecto
- 7.5.3. Estudio del público objetivo
- 7.5.4. Herramientas en el estudio del público objetivo

7.6. El entorno competitivo

- 7.6.1. En relación el mercado
- 7.6.2. Análisis de competencia
- 7.6.3. Propuesta de valor

7.7. Estudio de viabilidad

- 7.7.1. Viabilidad social. Análisis DAFO
- 7.7.2. Viabilidad técnica
- 7.7.3. Viabilidad económica

7.8. Posibles soluciones al documento guía (briefing)

- 7.8.1. La emotividad en los procesos creativos
- 7.8.2. Divergencia, transformación y convergencia
- 7.8.3. Lluvia de ideas (brainstorming)
- 7.8.4. Comparativa de ideas

7.9. Establecimiento de objetivos

- 7.9.1. Objetivo general
- 7.9.2. Objetivos específicos
- 7.9.3. Objetivos técnicos
- 7.9.4. Objetivos estéticos y comunicacionales
- 7.9.5. Objetivos de mercado

7.10. Desarrollo de ideas

- 7.10.1. La retroalimentación (feedback) en la fase de ideación
- 7.10.2. Los bocetos
- 7.10.3. Presentación de ideas
- 7.10.4. Métodos de control y evaluación crítica

Asignatura 8

Teoría y metodología del proyecto

8.1. Teoría, metodología, ideación y concepción del proyecto

- 8.1.1. Los sectores del diseño
 - 8.1.1.1. Comunicaciones. Diseño gráfico
 - 8.1.1.2. Entornos. Diseño de interiores
 - 8.1.1.3. Objetos. Diseño industrial
 - 8.1.1.4. Indumentaria. Diseño de moda
- 8.1.2. Qué es un problema
- 8.1.3. Los problemas de diseño
- 8.1.4. Bocetos y dibujos
- 8.1.5. Modelos
- 8.1.6. Ficha de análisis

8.2. Métodos de investigación y experimentación

- 8.2.1. Introducción a la investigación
- 8.2.2. Ámbitos de investigación
- 8.2.3. Elementos de la investigación
- 8.2.4. Métodos de investigación
- 8.2.5. Función de la investigación

8.3. Introducción al alfabeto visual

- 8.3.1. Fundamentos sintácticos de la alfabetidad visual
- 8.3.2. Elementos básicos de la comunicación visual
- 8.3.3. Anatomía del lenguaje visual
- 8.3.4. Técnicas visuales

8.4. Introducción a la biónica

- 8.4.1. Definición y concepto de biónica
 - 8.4.1.1. Ámbitos de aplicación

- 8.4.2. Metodologías proyectuales basadas en la biónica
 - 8.4.2.1. Aproximación y casos de estudio
 - 8.4.2.2. Analogías, clasificación y tipos de analogía
- 8.4.3. Diseño, ecológico y eficiente
 - 8.4.3.1. Ciclo de vida del producto
 - 8.4.3.2. El concepto de obsolescencia
 - 8.4.3.3. Reciclar y reutilizar

8.5. Ergonomía aplicada al diseño

- 8.5.1. Introducción al concepto de ergonomía
- 8.5.2. Ergonomía y diseño
- 8.5.3. Factores de la ergonomía
 - 8.5.3.1. Objetual
 - 8.5.3.2. Ambiental
 - 8.5.3.3. Sociocultural
 - 8.5.3.4. Psicológico
 - 8.5.3.5. Antropométricos
- 8.5.4. Métodos y técnicas ergonómicas

8.6. Iniciación a la antropometría

- 8.6.1. Introducción general
- 8.6.2. Antropometría estática y dinámica
- 8.6.3. Medidas y datos antropométricos
- 8.6.4. Condicionantes en la variabilidad humana
- 8.6.5. Planos de referencia del cuerpo humano
- 8.6.6. Tablas antropométricas

8.7. Dicotomía entre arte y diseño

- 8.7.1. Qué es arte y qué es diseño
- 8.7.2. Isabel Campi
- 8.7.3. Norberto Chaves
- 8.7.4. Ana Herrera
- 8.7.5. Óscar Salinas
- 8.7.6. Yves Zimmermann

8.8. Sesión Informativa

- 8.8.1. Descripción de la sesión informativa
- 8.8.2. Tipos de sesiones informativas
- 8.8.3. Elementos de la sesión informativa
- 8.8.4. Desarrollo de la sesión informativa

8.9. La tipografía

- 8.9.1. Orígenes de la tipografía
- 8.9.2. Legibilidad
- 8.9.3. Rotulado y caligrafía
- 8.9.4. Letras para la impresión
- 8.9.5. Sistemas de composición

8.10. Búsqueda documental y estudios bibliográficos

- 8.10.1. Generar un proyecto de investigación
- 8.10.2. El estudio bibliográfico
- 8.10.3. Normativa de la Asociación Americana de Psicología (APA)

Asignatura 9

Historia del Arte II

9.1. Fauvismo

- 9.1.1. Origen e influencias
- 9.1.2. Características
- 9.1.3. Obras
- 9.1.4. Principales representantes

9.2. Expresionismo

- 9.2.1. Origen e influencias
- 9.2.2. Características
- 9.2.3. Obras
- 9.2.4. Principales representantes

9.3. Futurismo

- 9.3.1. Origen e influencias
- 9.3.2. Características
- 9.3.3. Obras
- 9.3.4. Principales representantes

9.4. Arte abstracto

- 9.4.1. Origen e influencias
- 9.4.2. Características
- 9.4.3. Obras
- 9.4.4. Principales representantes

9.5. Constructivismo

- 9.5.1. Origen e influencias
- 9.5.2. Características
- 9.5.3. Obras
- 9.5.4. Principales representantes

9.6. Dadaísmo

- 9.6.1. Origen e influencias
- 9.6.2. Características
- 9.6.3. Obras
- 9.6.4. Principales representantes

9.7. Surrealismo

- 9.7.1. Origen e influencias
- 9.7.2. Características
- 9.7.3. Obras
- 9.7.4. Principales representantes

9.8. Primeras corrientes artísticas del arte post-conceptual

- 9.8.1. Informalismo
- 9.8.2. Nueva figuración
- 9.8.3. Arte cinético
- 9.8.4. Arte Pop
- 9.8.5. Nuevo realismo
- 9.8.6. Arte de acción

9.9. Segundas corrientes artísticas del arte post-conceptual

- 9.9.1. Minimalismo
- 9.9.2. Hiperrealismo
- 9.9.3. Arte conceptual
- 9.9.4. Postmodernidad
- 9.9.5. Arte callejero
- 9.9.6. Arte de la tierra

9.10. Actualidad del arte post-conceptual

- 9.10.1. Arte pop
- 9.10.2. Arte objeto
- 9.10.3. Arte corporal
- 9.10.4. Actuación y Representación
- 9.10.5. Instalaciones

Asignatura 10**Patronaje y confección****10.1. Introducción al patronaje**

- 10.1.1. Conceptos básicos del patronaje
- 10.1.2. Herramientas y materiales en el patronaje
- 10.1.3. Obtención de medidas anatómicas
- 10.1.4. Tablas de medidas
- 10.1.5. Tipologías del patronaje
- 10.1.6. Industrialización de modelos
- 10.1.7. Información que debe contener un patrón

10.2. Patrón femenino

- 10.2.1. Patrón base de falda
- 10.2.2. Patrón base cuerpo
- 10.2.3. Patrón base pantalón
- 10.2.4. Patrón base vestido
- 10.2.5. Cuellos
- 10.2.6. Mangas
- 10.2.7. Detalles

10.3. Patrón masculino

- 10.3.1. Patrón base de cuerpo
- 10.3.2. Patrón base de pantalón
- 10.3.3. Patrón base de abrigo
- 10.3.4. Cuellos
- 10.3.5. Mangas
- 10.3.6. Detalles

10.4. Patrón infantil

- 10.4.1. Patrón base cuerpo
- 10.4.2. Patrón base pantalón
- 10.4.3. Patrón base leotardo
- 10.4.4. Patrón base mono
- 10.4.5. Mangas
- 10.4.6. Cuellos
- 10.4.7. Detalles

10.5. Transformación, desarrollo y escalado del patrón

- 10.5.1. Transformaciones de patrones
- 10.5.2. Desarrollo del patronaje
- 10.5.3. Patrones a escala y a tamaño real

10.6. Introducción al corte y la confección

- 10.6.1. Introducción a la costura
- 10.6.2. Herramientas y materiales en la costura
- 10.6.3. El corte
- 10.6.4. Costura a mano
- 10.6.5. Costura a máquina plana
- 10.6.6. Tipos de máquinas en costura

10.7. Identificación de los textiles

- 10.7.1. Tejidos planos
- 10.7.2. Tejidos complejos
- 10.7.3. Tejidos técnicos
- 10.7.4. Tejidos de punto
- 10.7.5. Materiales

10.8. Tipos de costura y transformación de prendas

- 10.8.1. Costura plana
- 10.8.2. Costura interior
- 10.8.3. Costura curva
- 10.8.4. Costura francesa
- 10.8.5. Costura tejana
- 10.8.6. Costura sobrecargada
- 10.8.7. Costura ribeteada

10.9. Cierres, acabados y ennoblecimiento textil

- 10.9.1. Teñido del tejido
- 10.9.2. Botones
- 10.9.3. Cremalleras
- 10.9.4. Apliques
- 10.9.5. Forrado de la pieza
- 10.9.6. Remates
- 10.9.7. Planchado

10.10. Técnica de moulage

- 10.10.1. Preparación del maniquí
- 10.10.2. Investigación sobre el maniquí
- 10.10.3. Del maniquí al patrón
- 10.10.4. Modelización de una prenda

Asignatura 11**Teoría y cultura del Diseño****11.1. El significado del diseño en la cultura y en la sociedad contemporánea**

- 11.1.1. Introducción al concepto de la cultura del diseño
- 11.1.2. La función del diseñador en el contexto de la sociedad contemporánea
- 11.1.3. Cultura material y valores sociales
- 11.1.4. La globalización en el diseño

11.2. Teoría de la información y de la comunicación

- 11.2.1. Teoría de la información
- 11.2.2. Información y redundancia
- 11.2.3. Modelo de comunicación

11.3. La estética

- 11.3.1. Concepto general y recorrido histórico
- 11.3.2. Estética de los objetos
- 11.3.3. La estética y sus categorías
- 11.3.4. Dicotomía entre la forma y la función
- 11.3.5. Las nuevas definiciones de las funciones del diseñador
- 11.3.6. Gusto y diseño
- 11.3.7. Valores simbólicos y emocionales

11.4. La semiología

- 11.4.1. Semiótica
- 11.4.2. Elementos de la comunicación: signo, símbolo y mensaje
- 11.4.3. Lenguaje visual

11.5. Dilemas éticos del diseño en la cultura y la sociedad contemporánea

- 11.5.1. La dimensión axiológica del diseño
- 11.5.2. Teoría de la estética
- 11.5.3. Belleza y fealdad

11.6. Antropología cultural

- 11.6.1. Introducción a la antropología cultural
- 11.6.2. Marco conceptual del análisis antropológico
- 11.6.3. La cultura del diseño como objeto de estudio antropológico

- 11.6.4. La práctica etnográfica en la comprensión antropológica de la cultura del diseño
- 11.6.5. Introducción al trabajo de campo etnográfico

11.7. Sociología y cultura del consumo

- 11.7.1. La sociología de la cultura
- 11.7.2. El circuito y la dinámica de la cultura en las sociedades tecnológicamente avanzadas
- 11.7.3. Los escenarios del diseño en la cultura del consumo actual
- 11.7.4. El consumo del diseño

11.8. La tecnología y el diseño

- 11.8.1. Determinismo tecnológico
- 11.8.2. Construcción de imaginarios sociales
- 11.8.3. Cambio social y tecnología

11.9. Ética, diseño y consumo

- 11.9.1. La ética del consumo
- 11.9.2. Deontología profesional del diseño
- 11.9.3. El diseño y la ética
- 11.9.4. Código ético del diseñador

11.10. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia

- 11.10.1. Investigar en diseño
- 11.10.2. Metodología de la investigación
- 11.10.3. Tipologías de investigación
- 11.10.4. Técnicas de investigación

Asignatura 12

Fotografía

12.1. Historia de la fotografía

- 12.1.1. Antecedentes de la fotografía
- 12.1.2. Fotografía a color
- 12.1.3. La película fotográfica
- 12.1.4. La cámara digital

12.2. Formación de la imagen

- 12.2.1. La cámara fotográfica
- 12.2.2. Parámetros básicos en la fotografía
- 12.2.3. Fotometría
- 12.2.4. Objetivos y distancia focal

12.3. Lenguaje fotográfico

- 12.3.1. Tipos de planos.
- 12.3.2. Elementos formales, compositivos e interpretativos de la imagen fotográfica
- 12.3.3. Encuadre
- 12.3.4. Representación del tiempo y el movimiento en fotografía
- 12.3.5. La relación de la fotografía con la realidad y la verdad

12.4. La cámara fotográfica

- 12.4.1. Cámaras analógicas y digitales
- 12.4.2. Las cámaras sencillas
- 12.4.3. Las cámaras réflex
- 12.4.4. Técnicas fotográficas básicas
- 12.4.5. La exposición y los exposímetros
- 12.4.6. La cámara réflex digital. El sensor
- 12.4.7. El manejo de la cámara digital frente a la analógica
- 12.4.8. Aspectos específicos de interés
- 12.4.9. Modos de trabajo con la cámara digital

12.5. La imagen digital

- 12.5.1. Formatos de archivo
- 12.5.2. Balance de blancos
- 12.5.3. Temperatura de color
- 12.5.4. Histograma. Exposición en fotografía digital
- 12.5.5. Rango dinámico

12.6. El comportamiento de la luz

- 12.6.1. El fotón
- 12.6.2. Reflexión y absorción
- 12.6.3. Cantidad y calidad de la luz
 - 12.6.3.1. Luz dura y luz suave
 - 12.6.3.2. Luz directa y difusa

12.7. Expresividad y estética de la iluminación

- 12.7.1. Sombras, modificadores y profundidad
- 12.7.2. Ángulos de iluminación
- 12.7.3. Esquemas de iluminación
- 12.7.4. Medición de la luz
 - 12.7.4.1. El fotómetro
 - 12.7.4.2. Luz incidente
 - 12.7.4.3. Luz reflejada
 - 12.7.4.4. Medición sobre varios puntos
 - 12.7.4.5. El contraste
 - 12.7.4.6. Gris medio
- 12.7.5. Iluminación luz natural
 - 12.7.5.1. Difusores
 - 12.7.5.2. Reflectores
- 12.7.6. Iluminación luz artificial
 - 12.7.6.1. El estudio fotográfico
 - 12.7.6.2. Las fuentes de iluminación
 - 12.7.6.3. Luz fría
 - 12.7.6.4. Flashes de estudio y flash compacto
 - 12.7.6.5. Accesorios

12.8. Software de edición

- 12.8.1. Herramienta Adobe Lightroom
- 12.8.2. Herramienta Adobe Photoshop
- 12.8.3. Complemento (Plugins)

12.9. Edición y revelado fotográfico

- 12.9.1. El revelado con la herramienta Cámara Raw
- 12.9.2. Ruido y enfoque
- 12.9.3. Ajustes de exposición, contraste y saturación. Niveles y curvas

12.10. Referentes y aplicaciones

- 12.10.1. Fotógrafos más importantes de la historia
- 12.10.2. Fotografía en el diseño de interior
- 12.10.3. Fotografía en el diseño de producto
- 12.10.4. Fotografía en el diseño de moda
- 12.10.5. Fotografía en el diseño gráfico

Asignatura 13

Tecnología digital

13.1. Introducción a la imagen digital

- 13.1.1. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación
- 13.1.2. Descripción de las tecnologías
- 13.1.3. Comandos

13.2. Imagen vectorial. Trabajar con objetos

- 13.2.1. Herramientas de selección
- 13.2.2. Agrupamiento
- 13.2.3. Alinear y distribuir
- 13.2.4. Guías inteligentes
- 13.2.5. Símbolos
- 13.2.6. Transformar
- 13.2.7. Distorsión
- 13.2.8. Envoltentes
- 13.2.9. Buscatrazos
- 13.2.10. Formas compuestas
- 13.2.11. Trazados compuestos
- 13.2.12. Cortar, dividir y separar

13.3. Imagen vectorial. Color

- 13.3.1. Modos de color
- 13.3.2. Herramienta cuentagotas
- 13.3.3. Muestras
- 13.3.4. Degradados
- 13.3.5. Relleno de motivo
- 13.3.6. Panel apariencia
- 13.3.7. Atributos

13.4. Imagen vectorial. Edición avanzada

- 13.4.1. Malla de degradado
- 13.4.2. Panel de transparencia
- 13.4.3. Modos de fusión
- 13.4.4. Calco interactivo
- 13.4.5. Máscaras de recorte
- 13.4.6. Texto

13.5. Imagen rasterizada o mapa de bits. Las capas

- 13.5.1. Creación
- 13.5.2. Enlace
- 13.5.3. Transformación
- 13.5.4. Agrupamiento
- 13.5.5. Capas de ajuste

13.6. Imagen rasterizada o mapa de bits. Selecciones, máscaras y canales

- 13.6.1. Herramienta selección marco
- 13.6.2. Herramienta selección lazo
- 13.6.3. Herramienta varita mágica
- 13.6.4. Menú selecciones. Gama de colores
- 13.6.5. Canales
- 13.6.6. Retoque de máscaras
- 13.6.7. Máscaras de recorte
- 13.6.8. Máscaras vectoriales

13.7. Imagen rasterizada o mapa de Bits. Modos de fusión y estilo de capas

- 13.7.1. Estilos de capa
- 13.7.2. Opacidad
- 13.7.3. Opciones de estilos de capa
- 13.7.4. Modos de fusión
- 13.7.5. Ejemplos de modos de fusión

13.8. El proyecto editorial. Tipos y formas

- 13.8.1. El proyecto editorial
- 13.8.2. Tipologías del proyecto editorial
- 13.8.3. Creación y configuración del documento

13.9. Elementos compositivos del proyecto editorial

- 13.9.1. Páginas maestras
- 13.9.2. Reticulación
- 13.9.3. Integración y composición del texto
- 13.9.4. Integración de imágenes

13.10. Maquetación, exportación e impresión

- 13.10.1. Maquetación
 - 13.10.1.1. Selección y edición fotográfica
 - 13.10.1.2. Comprobación preliminar
 - 13.10.1.3. Empaquetar
- 13.10.2. Exportación
 - 13.10.2.1. Exportación para el medio digital
 - 13.10.2.2. Exportación para el medio físico
- 13.10.3. Impresión
 - 13.10.3.1. La imprenta tradicional
 - 13.10.3.1.1. Encuadernación
 - 13.10.3.2. La imprenta digital

Asignatura 14**Ilustración 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. El tejido 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

Asignatura 15

Historia de la indumentaria

15.1. Prehistoria

- 15.1.1. Introducción
- 15.1.2. Las civilizaciones prehistóricas
- 15.1.3. El comercio de los tiempos prehistóricos
- 15.1.4. El traje de la prehistoria
- 15.1.5. Las pieles y las peleterías
- 15.1.6. Los tejidos y las técnicas
- 15.1.7. Las concordancias cronológicas y las similitudes en el traje prehistórico

15.2. Edad Antigua: Egipto y Mesopotamia

- 15.2.1. Egipto
- 15.2.2. El pueblo asirio
- 15.2.3. El pueblo persa

15.3. Edad Antigua: La Grecia clásica

- 15.3.1. El traje cretense
- 15.3.2. Los tejidos utilizados en la Antigua Grecia
- 15.3.3. Las prendas de la Antigua Grecia
- 15.3.4. Ropa interior de la Antigua Grecia
- 15.3.5. Calzado de la Antigua Grecia
- 15.3.6. Sombreros y tocados de la Antigua Grecia
- 15.3.7. Colores y adornos de la Antigua Grecia
- 15.3.8. Complementos de la Antigua Grecia

15.4. Edad Antigua: El Imperio romano

- 15.4.1. Los tejidos de la Antigua Roma
- 15.4.2. Las prendas de la Antigua Roma
- 15.4.3. Ropa interior de la Antigua Roma
- 15.4.4. Calzado de la Antigua Roma
- 15.4.5. Sombreros y tocados de la Antigua Roma
- 15.4.6. Relación del estatus social y la vestimenta en la Antigua Roma
- 15.4.7. El estilo bizantino

15.5. Alta Edad Media y Baja Edad Media

- 15.5.1. Rasgos históricos generales de la época medieval
- 15.5.2. El traje en los inicios de la época medieval
- 15.5.3. El traje en el período carolingio
- 15.5.4. El traje en la época románica
- 15.5.5. El traje gótico

15.6. La Edad Moderna: Renacimiento, Barroco y Rococó

- 15.6.1. Siglo XV y XVI: Renacimiento
- 15.6.2. Siglo XVII: Barroco
- 15.6.3. Siglo XVIII: Rococó

15.7. Edad Contemporánea: Neoclasicismo y Romanticismo

- 15.7.1. La industria de la indumentaria
- 15.7.2. Charles Fréderick Worht
- 15.7.3. Jacquet Doucet
- 15.7.4. La indumentaria femenina
- 15.7.5. Josefina Bonaparte: el estilo imperio

15.8. Edad Contemporánea: Época victoriana y la Bella Época

- 15.8.1. La Reina Victoria
- 15.8.2. La indumentaria masculina
- 15.8.3. Dandy
- 15.8.4. Paul Poiret
- 15.8.5. Madeleine Vionnet

15.9. Edad Contemporánea: de indumentaria a moda

- 15.9.1. Nuevo contexto y cambio social
- 15.9.2. Diseñadores de moda
- 15.9.3. Coco Chanel
- 15.9.4. El Nuevo Estilo

15.10. Edad contemporánea: el siglo de los diseñadores y la moda

- 15.10.1. El vestir moderno
- 15.10.2. El ascenso de los diseñadores estadounidenses
- 15.10.3. La escena londinense

Asignatura 16

Fundamentos de creatividad

16.1. Crear es pensar

- 16.1.1. El arte de pensar
- 16.1.2. Pensamiento creador y creatividad
- 16.1.3. Pensamiento y cerebro
- 16.1.4. Las líneas de investigación de la creatividad: sistematización

16.2. Naturaleza del proceso creativo

- 16.2.1. Naturaleza de la creatividad
- 16.2.2. La noción de creatividad: creación y creatividad
- 16.2.3. La creación de ideas al servicio de una comunicación persuasiva
- 16.2.4. Naturaleza del proceso creativo en publicidad

16.3. La invención

- 16.3.1. Evolución y análisis histórico del proceso de creación
- 16.3.2. Naturaleza del canon clásico de la invención
- 16.3.3. La visión clásica de la inspiración en el origen de las ideas
- 16.3.4. Invención, inspiración, persuasión

16.4. Retórica y comunicación persuasiva

- 16.4.1. Retórica y publicidad
- 16.4.2. Las partes retóricas de la comunicación persuasiva
- 16.4.3. Figuras retóricas
- 16.4.4. Leyes y funciones retóricas del lenguaje publicitario

16.5. Comportamiento y personalidad creativa

- 16.5.1. La creatividad como característica personal, como producto y como proceso
- 16.5.2. Comportamiento creativo y motivación
- 16.5.3. Percepción y pensamiento creador
- 16.5.4. Elementos de la creatividad

16.6. Aptitudes y capacidades creativas

- 16.6.1. Sistemas de pensamiento y modelos de inteligencia creativa
- 16.6.2. Modelo tridimensional de estructura del intelecto según Guilford
- 16.6.3. Interacción entre factores y capacidades del intelecto
- 16.6.4. Aptitudes para la creación
- 16.6.5. Capacidades creativas

16.7. Las fases del proceso creativo

- 16.7.1. La creatividad como proceso
- 16.7.2. Las fases del proceso creativo
- 16.7.3. Las fases del proceso creativo en publicidad

16.8. La solución de problemas

- 16.8.1. La creatividad y la solución de problemas
- 16.8.2. Bloqueos perceptivos y bloqueos emocionales
- 16.8.3. Metodología de la invención: programas y métodos creativos

16.9. Los métodos del pensamiento creador

- 16.9.1. La lluvia de ideas como modelo de creación de ideas
- 16.9.2. Pensamiento vertical y pensamiento lateral
- 16.9.3. Metodología de la invención: programas y métodos creativos

16.10. Creatividad y comunicación publicitaria

- 16.10.1. El proceso de creación como producto específico de la comunicación publicitaria
- 16.10.2. Naturaleza del proceso creativo en publicidad: creatividad y proceso de creación publicitaria
- 16.10.3. Principios metodológicos y efectos de la creación publicitaria
- 16.10.4. La creación publicitaria: del problema a la solución
- 16.10.5. Creatividad y comunicación persuasiva

Asignatura 17**Estética****17.1. Origen y Antigüedad de la estética**

- 17.1.1. Definición de la estética
- 17.1.2. El platonismo
- 17.1.3. El aristotelismo
- 17.1.4. El neoplatonismo

17.2. Mímesis, Poésis y Kátharsi

- 17.2.1. Mímesis
- 17.2.2. Poésis
- 17.2.3. Kátharsi

17.3. Edad Media y Edad Moderna

- 17.3.1. La escolástica
- 17.3.2. El Renacimiento
- 17.3.3. Manierismo
- 17.3.4. El Barroco
- 17.3.5. El Racionalismo
- 17.3.6. El Empirismo
- 17.3.7. La Ilustración
- 17.3.8. El Idealismo

17.4. La definición del arte en la actualidad

- 17.4.1. El arte
- 17.4.2. El artista
- 17.4.3. El gusto y la crítica
- 17.4.4. Bellas artes

17.5. Las Bellas Artes

- 17.5.1. Arquitectura
- 17.5.2. La escultura
- 17.5.3. La pintura
- 17.5.4. La música
- 17.5.5. La poesía

17.6. La estética y la reflexión

- 17.6.1. Las estéticas positivistas
- 17.6.2. Las estéticas idealistas
- 17.6.3. Las estéticas críticas
- 17.6.4. Las estéticas libertarias

17.7. Estética y la ética

- 17.7.1. Ilustración
- 17.7.2. Idealismo
 - 17.7.2.1. Kant
 - 17.7.2.2. Schiller, Fichte, Schelling
 - 17.7.2.3. Hegel
- 17.7.3. Romanticismo
 - 17.7.3.1. Kierkegaard, Schopenhauer y Wagner
 - 17.7.3.2. Nietzsche

17.8. La estética y el gusto

- 17.8.1. El gusto estético como estatuto teórico ilustrado
- 17.8.2. El gusto por lo impactante
- 17.8.3. La estetización del gusto

17.9. Estética contemporánea

- 17.9.1. Formalismo
- 17.9.2. Iconología
- 17.9.3. Neoidealismo
- 17.9.4. Marxismo
- 17.9.5. Pragmatismo
- 17.9.6. Novecentismo
- 17.9.7. Raciovitalismo
- 17.9.8. Empirismo lógico
- 17.9.9. Semiótica
- 17.9.10. Fenomenología
- 17.9.11. Existencialismo
- 17.9.12. Estética posmoderna

17.10. Categorías estéticas

- 17.10.1. La belleza
- 17.10.2. La fealdad
- 17.10.3. Lo sublime
- 17.10.4. Lo trágico
- 17.10.5. Lo cómico
- 17.10.6. Lo grotesco

Asignatura 18**Tecnología textil****18.1. Introducción al textil**

- 18.1.1. Historia de los textiles
- 18.1.2. Los textiles a lo largo del tiempo
- 18.1.3. La maquinaria textil tradicional
- 18.1.4. La importancia de los textiles en la moda
- 18.1.5. Simbología utilizada en los materiales textiles
- 18.1.6. Ficha técnica de tejidos

18.2. Materiales textiles

- 18.2.1. Clasificación de las fibras textiles
 - 18.2.1.1. Fibras naturales
 - 18.2.1.2. Fibras artificiales
 - 18.2.1.3. Fibras sintéticas
- 18.2.2. Propiedades de las fibras
- 18.2.3. Reconocimiento de fibras textiles

18.3. Los hilos

- 18.3.1. Ligamentos básicos
- 18.3.2. Características generales de los hilos
- 18.3.3. Clasificación de los hilos
- 18.3.4. Fases de la hilatura
- 18.3.5. Máquinas utilizadas
- 18.3.6. Sistemas de numeración de los hilos

18.4. Textiles de calada

- 18.4.1. Tejidos de calada
- 18.4.2. Escalonado del ligamento
- 18.4.3. Los ligamentos en los tejidos de calada
- 18.4.4. Clasificación de los ligamentos
- 18.4.5. Tipos de ligamentos
- 18.4.6. Tipos de tejidos de calada
- 18.4.7. El telar de calada
- 18.4.8. Telares especiales

18.5. Tejidos de punto

- 18.5.1. Historia del tejido de punto
- 18.5.2. Clasificación
- 18.5.3. Tipología
- 18.5.4. Comparativa entre un tejido plano y uno de punto
- 18.5.5. Características y comportamiento según su construcción
- 18.5.6. Tecnología y maquinaria para su obtención

18.6. Acabados textiles

- 18.6.1. Acabados físicos
- 18.6.2. Acabados químicos
- 18.6.3. Resistencia de los tejidos
- 18.6.4. El frizado (pilling)
- 18.6.5. Cambio dimensional de tejidos

18.7. Teñido

- 18.7.1. Tratamientos previos
- 18.7.2. Teñido
- 18.7.3. Maquinaria
- 18.7.4. Insumos
- 18.7.5. Blanqueo óptico
- 18.7.6. El color

18.8. Estampación

- 18.8.1. Estampado directo
 - 18.8.1.1. Estampado por bloques
 - 18.8.1.2. Estampado por rodillos
 - 18.8.1.3. Estampado por termotransferencia
 - 18.8.1.4. Estampado con pantalla
 - 18.8.1.5. Estampado por urdimbre
 - 18.8.1.6. Estampado por corrosión
- 18.8.2. Estampado por reserva
 - 18.8.2.1. Técnica de decoloración Batik
 - 18.8.2.2. Teñido atado
- 18.8.3. Otros tipos de estampado
 - 18.8.3.1. Estampado diferencial
 - 18.8.3.2. Electroestático policromo

18.9. Tejidos técnicos e inteligentes

- 18.9.1. Definición y análisis
- 18.9.2. Aplicaciones de los textiles
- 18.9.3. Nuevos materiales y tecnologías

18.10. Piel, cuero y otros

- 18.10.1. La piel y el cuero
- 18.10.2. Clasificación del cuero
- 18.10.3. Procedimiento de curtido
- 18.10.4. Tratamiento post-curtido
- 18.10.5. Proceso tecnológico de la curtumbre
- 18.10.6. Métodos de conservación
- 18.10.7. Cuero sintético
- 18.10.8. Debate: piel natural o piel sintética

Asignatura 19

Sastrería de caballero

19.1. Evolución de la moda masculina

- 19.1.1. Contexto social e histórico de la moda masculina
- 19.1.2. La renuncia al ornamento y reconquista del derecho a la moda
- 19.1.3. Historia de la sastrería

19.2. La vestimenta masculina

- 19.2.1. Tipologías de prendas y variaciones
- 19.2.2. El accesorio masculino
- 19.2.3. Análisis de marcas y comunicación
- 19.2.4. Tendencias del momento

19.3. Estudio de las morfologías masculinas

- 19.3.1. Evolución del cuerpo masculino
- 19.3.2. Estudio del cuerpo masculino
- 19.3.3. Tipología del cuerpo masculino

19.4. Patrón de la camisa

- 19.4.1. Medidas
- 19.4.2. Trazado
- 19.4.3. Variaciones

19.5. Patrón del pantalón

- 19.5.1. Medidas
- 19.5.2. Trazado
- 19.5.3. Variaciones

19.6. Trazado de la chaqueta

- 19.6.1. Medidas
- 19.6.2. Trazado
- 19.6.3. Variaciones

19.7. Diseños de solapa de la chaqueta

- 19.7.1. Medidas
- 19.7.2. Trazado
- 19.7.3. Variaciones

19.8. Patrón del chaleco

- 19.8.1. Medidas
- 19.8.2. Trazado
- 19.8.3. Variaciones

19.9. El abrigo masculino

- 19.9.1. Medidas
- 19.9.2. Trazado
- 19.9.3. Variaciones

19.10. Confección tradicional del traje de sastre

- 19.10.1. Materiales
- 19.10.2. Forrado
- 19.10.3. Montaje
- 19.10.4. Costura

Asignatura 20**Fundamentos científicos aplicados al diseño****20.1. El método científico**

- 20.1.1. Métodos para el análisis y la simulación
- 20.1.2. Principios estadísticos
- 20.1.3. Aplicaciones

20.2. Ciencias aplicadas al diseño

- 20.2.1. Aritmética
- 20.2.2. Álgebra
- 20.2.3. Geometría

20.3. La mecánica

- 20.3.1. Introducción a la mecánica
 - 20.3.1.1. Conceptos fundamentales
 - 20.3.1.2. Unidades y sistemas de medida
 - 20.3.1.3. Introducción al vector
- 20.3.2. Estática
 - 20.3.2.1. Fuerzas, vectores y sistemas
 - 20.3.2.2. Equilibrio de una partícula
- 20.3.3. Las fuerzas
 - 20.3.3.1. Momentos de fuerza
 - 20.3.3.2. Centros de gravedad
 - 20.3.3.3. Estabilidad de cuerpos rígidos

20.4. La materia

- 20.4.1. El átomo y los elementos
 - 20.4.1.1. Teorías atómicas
 - 20.4.1.2. Estructura del átomo. Propiedades

- 20.4.2. La materia
 - 20.4.2.1. Estados de agregación
 - 20.4.2.2. Características y propiedades
 - 20.4.2.3. Cambios de estado
- 20.4.3. Los enlaces y las reacciones
 - 20.4.3.1. Enlaces químicos: propiedades
 - 20.4.3.2. Las reacciones químicas

20.5. Materiales

- 20.5.1. La resistencia de materiales
- 20.5.2. Conceptos fundamentales
- 20.5.3. Respuesta mecánica de los materiales

20.6. Óptica

- 20.6.1. Principios de óptica
- 20.6.2. Física del color
- 20.6.3. Naturaleza y propiedades
- 20.6.4. Efectos de la luz sobre los cuerpos

20.7. Estadística

- 20.7.1. Proceso de investigación estadística
 - 20.7.1.1. Estadística descriptiva
 - 20.7.1.2. Noción de estadística inferencial
- 20.7.2. Variables estadísticas
 - 20.7.2.1. Variables: cualitativas y cuantitativas
 - 20.7.2.2. Variables discretas y variables continuas
 - 20.7.2.3. Unidades de estudio
 - 20.7.2.4. Escala de medición
 - 20.7.2.5. Noción de población y muestra
 - 20.7.2.6. Métodos de muestreo: probabilístico y no probabilístico

- 20.7.3. Recopilación y ordenamiento de datos
- 20.7.4. Tratamiento descriptivo de los valores observados de una variable cuantitativa
- 20.7.5. Construcción de tablas de frecuencias
 - 20.7.5.1. Frecuencias absolutas y relativas
 - 20.7.5.2. Frecuencias acumuladas
- 20.7.6. Gráficos
 - 20.7.6.1. Bastones
 - 20.7.6.2. Escalonados
 - 20.7.6.3. Histogramas
 - 20.7.6.4. Polígonos de frecuencias
 - 20.7.6.5. Ojivas

20.8. Teoría de la proporción

- 20.8.1. Proporcionalidad de segmentos
- 20.8.2. Teorema de Tales
- 20.8.3. Proporción áurea
- 20.8.4. Número de oro
- 20.8.5. Número de plata

20.9. El medioambiente

- 20.9.1. Obsolescencia programada
- 20.9.2. Impacto del diseño en el medio ambiente
- 20.9.3. Responsabilidad social

20.10. Sostenibilidad y reciclaje

- 20.10.1. Sostenibilidad y reciclaje
- 20.10.2. Biomimesis
- 20.10.3. Biodegradación
- 20.10.4. Nuevos mercados: clientes y usuarios ecológicos

Asignatura 21**Sistemas de representación aplicados a la moda****21.1. Introducción al dibujo técnico en moda**

- 21.1.1. Cómo y cuándo se utilizan los dibujos técnicos
- 21.1.2. Cómo crear un dibujo técnico para la moda
- 21.1.3. Dibujar a partir de una prenda física
- 21.1.4. Normas del técnico en moda

21.2. Preparación del documento

- 21.2.1. Preparar el documento para el dibujo técnico
- 21.2.2. Maniquí anatómico base
- 21.2.3. Color, textura y estampados

21.3. Prendas inferiores

- 21.3.1. Faldas
- 21.3.2. Pantalones
- 21.3.3. Medias

21.4. Prendas superiores

- 21.4.1. Camisas
- 21.4.2. Camisetas
- 21.4.3. Chalecos
- 21.4.4. Chaquetas
- 21.4.5. Abrigos

21.5. Prendas interiores

- 21.5.1. Sujetador
- 21.5.2. Bragas
- 21.5.3. Calzoncillos

21.6. Detalles de modelo

- 21.6.1. Escotes
- 21.6.2. Cuellos
- 21.6.3. Mangas
- 21.6.4. Puños
- 21.6.5. Bolsillos

21.7. Detalles de diseño

- 21.7.1. Detalles de construcción
- 21.7.2. Detalles de diseño decorativos
- 21.7.3. Plisados
- 21.7.4. Costuras
- 21.7.5. Puntadas
- 21.7.6. Ribeteado

21.8. Cierres y fornituras

- 21.8.1. Cremalleras
- 21.8.2. Botones
- 21.8.3. Corchetes
- 21.8.4. Cintas
- 21.8.5. Nudos
- 21.8.6. Ojales
- 21.8.7. Velcro
- 21.8.8. Ojetes
- 21.8.9. Lazadas
- 21.8.10. Tachuelas
- 21.8.11. Remaches
- 21.8.12. Anillas
- 21.8.13. Hebillas

21.9. Complementos

- 21.9.1. Bolsos
- 21.9.2. Gafas
- 21.9.3. Calzado
- 21.9.4. Joyería

21.10. La ficha técnica

- 21.10.1. Exportación del dibujo técnico
- 21.10.2. Información de la ficha técnica
- 21.10.3. Modelos y tipos de ficha técnica
- 21.10.4. Realización de la ficha la ficha técnica

Asignatura 22

Proyectos de moda I

22.1. Metodología del diseño de moda

- 22.1.1. El concepto de un proyecto de moda
- 22.1.2. Metodología proyectual aplicada a la moda
- 22.1.3. Métodos de investigación en el diseño de moda
- 22.1.4. Demanda de diseño
- 22.1.5. Documentación
- 22.1.6. Análisis de la moda actual
- 22.1.7. Formalización de ideas

22.2. Procedimientos creativos aplicados al diseño de moda

- 22.2.1. El cuaderno de campo
- 22.2.2. El Panel de tendencias
- 22.2.3. Investigación gráfica
- 22.2.4. Técnicas creativas

22.3. Referentes

- 22.3.1. Moda comercial
- 22.3.2. Moda creativa
- 22.3.3. Moda escénica
- 22.3.4. Moda corporativa

22.4. Concepto de colección

- 22.4.1. Funcionalidad de la prenda
- 22.4.2. La prenda como mensaje
- 22.4.3. Conceptos ergonómicos

22.5. Códigos estilísticos

- 22.5.1. Códigos estilísticos permanentes
- 22.5.2. Códigos estilísticos estacionarios
- 22.5.3. Búsqueda del sello personal

22.6. Desarrollo de la colección

- 22.6.1. Marco teórico
- 22.6.2. Contexto
- 22.6.3. Investigación
- 22.6.4. Referentes
- 22.6.5. Conclusión
- 22.6.6. Representación de la colección

22.7. Estudio técnico

- 22.7.1. Carta textil
- 22.7.2. Carta cromática
- 22.7.3. La glasilla
- 22.7.4. La ficha técnica
- 22.7.5. El prototipo
- 22.7.6. Escandallo

22.8. Proyectos interdisciplinarios

- 22.8.1. El dibujo
- 22.8.2. El patronaje
- 22.8.3. La costura

22.9. Producción de una colección

- 22.9.1. Del boceto al dibujo técnico
- 22.9.2. Talleres artesanales
- 22.9.3. Nuevas tecnologías

22.10. Estrategias de comunicación y presentación

- 22.10.1. Fotografía en moda: lookbook, editorial y campaña
- 22.10.2. El portfolio
- 22.10.3. La pasarela
- 22.10.4. Otras formas de exponer la colección

Asignatura 23

Moda sostenible

23.1. Reconsiderar el diseño de moda

- 23.1.1. La cadena de suministros
- 23.1.2. Aspectos principales
- 23.1.3. Desarrollo de la moda sostenible
- 23.1.4. El futuro de la moda

23.2. El ciclo de vida de una prenda

- 23.2.1. Pensar en el ciclo de vida
- 23.2.2. Actividades e impacto
- 23.2.3. Herramientas y modelos de evaluación
- 23.2.4. Estrategias de diseño sostenible

23.3. Normativa de calidad y seguridad en el sector textil

- 23.3.1. Calidad
- 23.3.2. Etiquetado
- 23.3.3. Seguridad de prendas
- 23.3.4. Inspecciones de consumo

23.4. Obsolescencia programada

- 23.4.1. La obsolescencia programada y los residuos de artefactos eléctricos y electrónicos
- 23.4.2. La extracción de recursos
- 23.4.3. La generación de residuos
- 23.4.4. El reciclado y la reutilización de los residuos electrónicos
- 23.4.5. El consumo responsable

23.5. Diseño sostenible

- 23.5.1. Diseño de prendas
- 23.5.2. Diseño con empatía
- 23.5.3. Selección de tejidos, materiales y técnicas
- 23.5.4. Uso de monomateriales

23.6. Producción sostenible

- 23.6.1. Patronaje y modelado
- 23.6.2. Técnicas de residuo cero
- 23.6.3. Construcción
- 23.6.4. Diseño para durar

23.7. Distribución sostenible

- 23.7.1. Proveedores y productores
- 23.7.2. El compromiso con las comunidades locales
- 23.7.3. Venta
- 23.7.4. Diseño según la necesidad
- 23.7.5. Diseño de moda inclusiva

23.8. Uso sostenible de la prenda

- 23.8.1. Patrones de uso
- 23.8.2. Cómo reducir el lavado
- 23.8.3. Arreglos y mantenimiento
- 23.8.4. Diseño para arreglos
- 23.8.5. Diseño de prendas modulares

23.9. Reciclaje

- 23.9.1. Reutilización y remanufactura
- 23.9.2. Revalorización
- 23.9.3. Reciclaje de materiales
- 23.9.4. Producción de ciclo cerrado

23.10. Diseñadoras de moda sostenible

- 23.10.1. Katharine Hamnett
- 23.10.2. Stella McCartney
- 23.10.3. Annika Matilda Wendelboe
- 23.10.4. Susan Dimasi
- 23.10.5. Isabell de Hillerin

Asignatura 24**Bordado y géneros de punto****24.1. El arte del bordado**

- 24.1.1. Orígenes del arte del bordado
- 24.1.2. Primeras manifestaciones del arte del bordado
- 24.1.3. El bordado entre los egipcios, griegos y romanos
- 24.1.4. El ciclo bizantino y su expansión occidental
- 24.1.5. Corrientes de la expansión bizantina
- 24.1.6. Bosquejo cronológico de los procedimientos
- 24.1.7. Materiales y soportes del bordado
- 24.1.8. El bordado en la moda contemporánea

24.2. Clasificación del bordado

- 24.2.1. Por el relieve
- 24.2.2. Por el material
- 24.2.3. Por la forma
- 24.2.4. Por el punto
- 24.2.5. Por el motivo

24.3. El punto de cruz

- 24.3.1. Historia del punto de cruz
- 24.3.2. Materiales para realizar el punto de cruz
- 24.3.3. Realización del punto de cruz

24.4. Bordado a máquina

- 24.4.1. Máquina industrial
- 24.4.2. Funcionamiento de la máquina bordadora
- 24.4.3. Realización del bordado a máquina

24.5. La tejeduría

- 24.5.1. Inicios de la tejeduría
- 24.5.2. Clasificación de los tejidos
- 24.5.3. Tejido plano
- 24.5.4. Tejido de punto
- 24.5.5. Telar manual
- 24.5.6. Telar mecánico

24.6. El telar

- 24.6.1. Historia del telar
- 24.6.2. Telares artesanales
- 24.6.3. Telares industriales
- 24.6.4. Tejer con telar

24.7. El encaje

- 24.7.1. Historia del encaje
- 24.7.2. El encaje y el bordado
- 24.7.3. Estilos del encaje
- 24.7.4. Tipos y puntos de encaje
- 24.7.5. Variedades de punto de encaje
- 24.7.6. El encaje en la moda contemporánea

24.8. La puntilla

- 24.8.1. Tipos de puntilla
- 24.8.2. Materiales para realizar una puntilla
- 24.8.3. Realización de la puntilla
- 24.8.4. La puntilla en la moda contemporánea

24.9. Ganchillo

- 24.9.1. Historia del ganchillo
- 24.9.2. Materiales para hacer ganchillo
- 24.9.3. Realización del ganchillo
- 24.9.4. El ganchillo en la moda contemporánea

24.10. El punto

- 24.10.1. Historia del punto
- 24.10.2. Materiales para hacer punto
- 24.10.3. Realización del punto
- 24.10.4. El punto en la moda contemporánea

Asignatura 25**Estampación y tinción****25.1. Historia de la estampación**

- 25.1.1. Historia de la estampación
- 25.1.2. Evolución de los estampados
- 25.1.3. Sistemas de estampación

25.2. Tratamientos previos

- 25.2.1. Gaseado
- 25.2.2. Termofijado
- 25.2.3. Desengomado
- 25.2.4. Descrudado
- 25.2.5. Blanqueo
- 25.2.6. Mercerizado
- 25.2.7. Antipilling
- 25.2.8. Carbonizado
- 25.2.9. Decorticado
- 25.2.10. Lavado
- 25.2.11. Hidroextracción
- 25.2.12. Secado
- 25.2.13. Apertura de géneros de punto tubulares

25.3. Teñido

- 25.3.1. Teñido por sistema discontinuo
- 25.3.2. Teñido por sistema continuo
- 25.3.3. Defectos de un mal teñido

25.4. Maquinaria

- 25.4.1. Procesos discontinuos
- 25.4.2. Teñidos con impregnación en Foulard (PAD)
- 25.4.3. Procesos semi continuos

25.5. Insumos

- 25.5.1. Agua
- 25.5.2. Productos químicos
- 25.5.3. Productos auxiliares
- 25.5.4. Colorantes
- 25.5.5. Enzimas
- 25.5.6. Blanqueadores ópticos

25.6. Ejemplos de procesos

- 25.6.1. Procesamiento del algodón
- 25.6.2. Procesamiento del poliéster
- 25.6.3. Teñido de la lana
- 25.6.4. Teñido de fibras acrílicas
- 25.6.5. Blanqueo óptico

25.7. El color

- 25.7.1. Estudio del color
- 25.7.2. Modificación de los atributos del color
- 25.7.3. Instrumentos para medir el color

25.8. Control de calidad en los textiles teñidos

- 25.8.1. Evaluación visual del color
- 25.8.2. Evaluación de la diferencia de color
- 25.8.3. Espectrofotómetro
- 25.8.4. Control del baño de tintura
- 25.8.5. Solidez de los colores

25.9. Tintes naturales

- 25.9.1. Antecedentes históricos de los tintes naturales
- 25.9.2. Los tintes naturales
- 25.9.3. Técnicas de aplicación de tintes naturales en los distintos materiales y superficies
- 25.9.4. Técnicas de reserva
- 25.9.5. El Potencial de Hidrógeno (P.H.)
- 25.9.6. Materiales y herramientas del taller de tintes naturales
- 25.9.7. Técnicas de extracción de los pigmentos
- 25.9.8. Conservación de los tintes
- 25.9.9. Lejías
- 25.9.10. Fijadores o mordientes
- 25.9.11. Entonadores
- 25.9.12. Plantas tintóreas

25.10. Estampación

- 25.10.1. Técnicas de estampación
- 25.10.2. Materiales para estampar
- 25.10.3. Estilos de estampado
- 25.10.4. Bordado y manipulación del tejido
- 25.10.5. Técnicas de bordado
- 25.10.6. Adornos

Asignatura 26

Grandes diseñadoras de moda

26.1. Jeanne Lanvin

- 26.1.1. Biografía
- 26.1.2. Contexto donde se desarrolló
- 26.1.3. Obra y aportaciones

26.2. Jeanne Paquin

- 26.2.1. Biografía
- 26.2.2. Contexto donde se desarrolló
- 26.2.3. Obra y aportaciones

26.3. Emilie Flöge

- 26.3.1. Biografía
- 26.3.2. Contexto donde se desarrolló
- 26.3.3. Obra y aportaciones

26.4. Madeleine Vionnet

- 26.4.1. Biografía
- 26.4.2. Contexto donde se desarrolló
- 26.4.3. Obra y aportaciones

26.5. Gabrielle Chanel

- 26.5.1. Biografía
- 26.5.2. Contexto donde se desarrolló
- 26.5.3. Obra y aportaciones

26.6. Elsa Schiaparelli

- 26.6.1. Biografía
- 26.6.2. Contexto donde se desarrolló
- 26.6.3. Obra y aportaciones

26.7. Carolina Herrera

- 26.7.1. Biografía
- 26.7.2. Contexto donde se desarrolló
- 26.7.3. Obra y aportaciones

26.8. Miuccia Prada

- 26.8.1. Biografía
- 26.8.2. Contexto donde se desarrolló
- 26.8.3. Obra y aportaciones

26.9. Donatella Versace

- 26.9.1. Biografía
- 26.9.2. Contexto donde se desarrolló
- 26.9.3. Obra y aportaciones

26.10. Stella McCartney

- 26.10.1. Biografía
- 26.10.2. Contexto donde se desarrolló
- 26.10.3. Obra y aportaciones

Asignatura 27

Historia y cultura universal del vestido

27.1. Estados Unidos

- 27.1.1. Breve historia
- 27.1.2. Contexto actual
- 27.1.3. Grupos étnicos más destacados
- 27.1.4. Artes y oficios
- 27.1.5. El traje

27.2. Pueblos eslavos

- 27.2.1. Breve historia
- 27.2.2. Contexto actual
- 27.2.3. Grupos étnicos más destacados
- 27.2.4. Artes y oficios
- 27.2.5. El traje

27.3. Mundo Islámico

- 27.3.1. Breve historia
- 27.3.2. Contexto actual
- 27.3.3. Grupos étnicos más destacados
- 27.3.4. Artes y oficios
- 27.3.5. El traje

27.4. China

- 27.4.1. Breve historia
- 27.4.2. Contexto actual
- 27.4.3. Grupos étnicos más destacados
- 27.4.4. Artes y oficios
- 27.4.5. El traje

27.5. India

- 27.5.1. Breve historia
- 27.5.2. Contexto actual
- 27.5.3. Grupos étnicos más destacados
- 27.5.4. Artes y oficios
- 27.5.5. El traje

27.6. Japón

- 27.6.1. Breve historia
- 27.6.2. Contexto actual
- 27.6.3. Grupos étnicos más destacados
- 27.6.4. Artes y oficios
- 27.6.5. El traje

27.7. América precolombina

- 27.7.1. Breve historia
- 27.7.2. Contexto actual
- 27.7.3. Grupos étnicos más destacados
- 27.7.4. Artes y oficios
- 27.7.5. El traje

27.8. África

- 27.8.1. Breve historia
- 27.8.2. Contexto actual
- 27.8.3. Grupos étnicos más destacados
- 27.8.4. Artes y oficios
- 27.8.5. El traje

27.9. Oceanía

- 27.9.1. Breve historia
- 27.9.2. Contexto actual
- 27.9.3. Grupos étnicos más destacados
- 27.9.4. Artes y oficios
- 27.9.5. El traje

27.10. Globalización

- 27.10.1. Origen de la globalización
- 27.10.2. Ventajas de la globalización
- 27.10.3. Desventajas de la globalización

Asignatura 28**Historia, contexto y crítica de la moda****28.1. De indumentaria a moda**

- 28.1.1. Nuevo contexto y cambio social
- 28.1.2. La liberación de la mujer
- 28.1.3. Nuevo concepto de diseñador de moda
- 28.1.4. Comienzos del siglo XX

28.2. El vestir moderno

- 28.2.1. El vestir moderno
- 28.2.2. El ascenso de los diseñadores estadounidenses
- 28.2.3. La escena londinense
- 28.2.4. Nueva York en los años 70s
- 28.2.5. La moda de los 80s
- 28.2.6. Los grupos de lujo multimarca
- 28.2.7. Una moda funcional
- 28.2.8. Ropa deportiva
- 28.2.9. La moda, el arte y la cultura pop
- 28.2.10. Celebridades
- 28.2.11. Fotografía e Internet

28.3. Grandes maestras de la moda

- 28.3.1. Jeanne Lanvin
- 28.3.2. Jeanne Paquin
- 28.3.3. Emilie Flöge
- 28.3.4. Madeleine Vionnet
- 28.3.5. Gabrielle Chanel
- 28.3.6. Elsa Schiaparelli
- 28.3.7. Carolina Herrera

28.4. Grandes maestros de la moda

- 28.4.1. Charles Frederick Worth
- 28.4.2. Jacques Doucet
- 28.4.3. Paul Poiret
- 28.4.4. Cristóbal Balenciaga
- 28.4.5. Christian Dior
- 28.4.6. Karl Lagerfeld
- 28.4.7. Alexander McQueen

28.5. Alta Costura

- 28.5.1. Historia de la Alta Costura
- 28.5.2. Federación de Alta Costura y Moda
- 28.5.3. Miembros de la federación
- 28.5.4. De Alta costura a listo para llevar (Prêt-à-porter)

28.6. Artesanía

- 28.6.1. Los tejidos como arte
- 28.6.2. Artesanías que complementan el vestir
- 28.6.3. Artistas y artesanos relacionados con la moda

28.7. Moda rápida

- 28.7.1. Historia y origen de la moda rápida
- 28.7.2. Modelo de negocio de la moda rápida
- 28.7.3. Repercusión de la moda rápida en el mundo

28.8. Publicidad y fotografía en moda

- 28.8.1. Arquetipos y estereotipos
- 28.8.2. La imagen moda
- 28.8.3. Comunicación visual de la moda
- 28.8.4. Los grandes fotógrafos de moda

28.9. Repercusión de la moda

- 28.9.1. La industria textil
- 28.9.2. Relación del arte y la moda
- 28.9.3. Moda y sociedad

28.10. Teoría y crítica de moda

- 28.10.1. Diseñadores actuales y su influencia
- 28.10.2. Tendencias actuales
- 28.10.3. La banalización de la moda

Asignatura 29**Estilismo avanzado****29.1. Introducción al estilismo**

- 29.1.1. Estética, estilo y estilismo
- 29.1.2. Análisis y conocimientos de los ámbitos del estilismo
- 29.1.3. La función del estilista
- 29.1.4. La comunicación en la moda
- 29.1.5. Comunicación digital
 - 29.1.5.1. Redes sociales
 - 29.1.5.2. Influenciador
 - 29.1.5.3. Blogueros
- 29.1.6. Métodos organizativos y de producción del estilismo

29.2. Estilismo de pasarela

- 29.2.1. Qué es un desfile
- 29.2.2. Objetivos de un desfile
- 29.2.3. Principales pasarelas mundiales
- 29.2.4. Preparativos previos
- 29.2.5. El equipo
- 29.2.6. El ajuste de prendas
- 29.2.7. Los modelos
- 29.2.8. Los estilos
- 29.2.9. La música
- 29.2.10. El espacio
- 29.2.11. Post-evento

29.3. Estilismo audiovisual

- 29.3.1. El cine
- 29.3.2. La película de moda
- 29.3.3. Sala de exposición y práctica showroooming
- 29.3.4. El comercio electrónico

29.4. El protocolo en el vestir

- 29.4.1. Vestuario formal
- 29.4.2. Vestuario informal
- 29.4.3. Vestuario deportivo
- 29.4.4. Tipos de etiqueta

29.5. Morfología corporal y colimetría

- 29.5.1. Tipologías corporales
- 29.5.2. Siluetas del cuerpo
- 29.5.3. Teoría del color aplicada a la asesoría
- 29.5.4. Teoría de las estaciones del año
- 29.5.5. Clasificación de los colores

29.6. Maquillaje

- 29.6.1. Introducción al maquillaje
- 29.6.2. Materiales para el maquillaje
- 29.6.3. Aplicación del maquillaje
- 29.6.4. Estilos de maquillaje

29.7. Comprador personal

- 29.7.1. Qué es el comprador personal
- 29.7.2. Proceso de asesoría en la indumentaria y los complementos
- 29.7.3. Características del asesor de imagen
- 29.7.4. Cómo abordar el proceso de Asesoría de Imagen
- 29.7.5. Desarrollo del proceso: la documentación técnica
- 29.7.6. Estudio y valoración de la imagen del cliente
- 29.7.7. Propuesta al cliente sobre adopción de nuevos modelos estéticos en el vestir
- 29.7.8. Métodos para la adopción de modelos estéticos en el vestir
- 29.7.9. Métodos de entrenamiento del cliente
- 29.7.10. Asesoría en la compra de vestuario y complementos

29.8. El estilo de vestir

- 29.8.1. Prehistoria y Edad Antigua
 - 29.8.1.1. Prehistoria
 - 29.8.1.2. Mesopotamia: sumerios, babilonios y asirios, persas y medos
 - 29.8.1.3. Egipto

- 29.8.1.4. Creta: civilización minoica
- 29.8.1.5. Greta
- 29.8.1.6. Etruria
- 29.8.1.7. Roma
- 29.8.1.8. Imperio Bizantino
- 29.8.2. Historia de la indumentaria: Edad Media y Renacimiento
 - 29.8.2.1. Edad media
 - 29.8.2.2. Renacimiento
- 29.8.3. Historia de la indumentaria: Barroco y Rococó
 - 29.8.3.1. Barroco: Siglo XVII
 - 29.8.3.2. Rococó: Sigo XVIII
- 29.8.4. Historia de la indumentaria: Siglo XIX
 - 29.8.4.1. Contexto histórico
 - 29.8.4.2. Indumentaria femenina
 - 29.8.4.3. Indumentaria masculina
- 29.8.5. Historia de la indumentaria: Siglo XX
 - 29.8.5.1. Contexto histórico
 - 29.8.5.2. Indumentaria de 1900 a 1950
 - 29.8.5.3. Indumentaria de 1950 a 2000

29.9. Léxico de prendas

- 29.9.1. Sombreros, gorros y gorras
- 29.9.2. Abrigos y chaquetas
- 29.9.3. Trajes de hombre
- 29.9.4. Nudos de corbata
- 29.9.5. Camisas
- 29.9.6. Camisetas
- 29.9.7. Cuellos, escotes y cuellos
- 29.9.8. Mangas
- 29.9.9. Pantalones
- 29.9.10. Vestidos
- 29.9.11. Zapatos
- 29.9.12. Faldas
- 29.9.13. Complementos





29.10. Estilos básicos en la indumentaria

- 29.10.1. Las tendencias
- 29.10.2. Los cazatendencias
- 29.10.3. Estilo clásico
- 29.10.4. Estilo vanguardista
- 29.10.5. Estilo informal o casual
- 29.10.6. Estilo bohemio
- 29.10.7. Estilo minimalista
- 29.10.8. Estilo retro o clásica
- 29.10.9. Estilo cómodo
- 29.10.10. Estilo felino
- 29.10.11. Estilo descuidado
- 29.10.12. Estilo étnico
- 29.10.13. Estilo hippie
- 29.10.14. Estilo punk
- 29.10.15. Estilo ejecutivo
- 29.10.16. Estilo gótico
- 29.10.17. Estilo safari
- 29.10.18. Estilo miliar
- 29.10.19. Estilo folclórico
- 29.10.20. Estilo contracultural
- 29.10.21. Otros estilos

Asignatura 30

Contextos histórico-artísticos de la moda y el Diseño de Moda

30.1. Percepción y análisis de la obra de arte

- 30.1.1. La obra artística en su contexto histórico
- 30.1.2. Trecento italiano
- 30.1.3. Quattrocento italiano

30.2. Bases del vestir moderno

- 30.2.1. El despegue económico: dinamismo y especialización de los oficios del vestir
- 30.2.2. Afianzamiento de las Monarquías
 - 30.2.2.1. Cortes principescas
 - 30.2.2.2. Borgoña
 - 30.2.2.3. Corona de Aragón
- 30.2.3. Factores culturales y sociales
 - 30.2.3.1. Rivalidad de clases
 - 30.2.3.2. Nuevas relaciones amorosas

30.3. El auge del comercio

- 30.3.1. Cinquecento italiano
- 30.3.2. El dominio español
- 30.3.3. Auge del comercio: la burguesía mercantil y financiera
- 30.3.4. Inicios de la Revolución Industrial (siglo XVII y XVIII)

30.4. La manufacturación

- 30.4.1. Pintura y escultura Barroca
- 30.4.2. Pintura y escultura Rococó
- 30.4.3. Organización y situación de las primeras manufacturas estatales en Europa
- 30.4.4. La situación de los países mediterráneos en la crisis económica del siglo XVII
- 30.4.5. La situación de los países protestantes en la economía del siglo XVII

30.5. La Ilustración

- 30.5.1. Desarrollo e influencias de la política de Francia en Europa del siglo XVII
- 30.5.2. Consecuencias políticas y religiosas de la Ilustración
- 30.5.3. Avances tecnológicos y científicos en el siglo XVIII
 - 30.5.3.1. Influencias en la sociedad y la economía

30.6. Inicios del Diseño de Moda

- 30.6.1. Los grandes consumidores del siglo XIX: la confusión en el vestir
- 30.6.2. Imitación y diferenciación competitiva entre clases sociales
- 30.6.3. Pintura romántica y realista
- 30.6.4. Inicios del Diseño de Moda
- 30.6.5. Renovación pictórica y ornamental de la 2ª mitad siglo XIX

30.7. La Revolución Industrial

- 30.7.1. Los impresionistas y postimpresionistas
- 30.7.2. Cambio en las estructuras políticas y sociales a partir de la Revolución francesa
- 30.7.3. Transformaciones socioeconómicas producidas con la primera Revolución Industrial
- 30.7.4. La primera Revolución Industrial
- 30.7.5. La segunda Revolución Industrial: Gran Capitalismo
- 30.7.6. Burguesía y proletariado en el siglo XIX

30.8. Arte moderno

- 30.8.1. Inicios del siglo XX
- 30.8.2. Cubismo
- 30.8.3. Expresionismo
- 30.8.4. Surrealismo
- 30.8.5. Neoplasticismo
- 30.8.6. Constructivismo ruso
- 30.8.7. El Movimiento Moderno
- 30.8.8. La popularización de la Moda
- 30.8.9. El siglo de los Diseñadores de Moda

30.9. Posmodernidad

- 30.9.1. La Abstracción Postpictórica
- 30.9.2. El arte Óptico
- 30.9.3. Arte Minimalista
- 30.9.4. El Arte Pop
- 30.9.5. Desarrollo de la tecnología
- 30.9.6. Posmodernidad
- 30.9.7. Situación de las mujeres en la I Guerra Mundial

30.10. La globalización

- 30.10.1. Cambios culturales y sexuales en las décadas de los años 50, 60 y 70 en el siglo XX
- 30.10.2. El modo de vida americano
- 30.10.3. Progresos tecnológicos y científicos después la II Guerra Mundial

Asignatura 31

Proyectos de moda II

31.1. Mercados para la moda

- 31.1.1. La moda femenina
- 31.1.2. Mercados de moda
- 31.1.3. Mercados especializados

31.2. Las temporadas

- 31.2.1. Las temporadas
- 31.2.2. El ciclo de la moda
- 31.2.3. Tendencias en moda
- 31.2.4. Análisis de tendencias
- 31.2.5. Desarrollo del proyecto

31.3. Investigación creativa

- 31.3.1. Inspiración
- 31.3.2. El cuaderno de campo
- 31.3.3. Los materiales
- 31.3.4. El Panel de tendencias

31.4. Desarrollo y técnicas

- 31.4.1. Estrategias de desarrollo
- 31.4.2. Elementos del diseño
- 31.4.3. Técnicas de construcción
- 31.4.4. Técnicas de desarrollo
- 31.4.5. Argumentación de la colección

31.5. Diseño de moda

- 31.5.1. Cómo es el diseño en moda
- 31.5.2. La confección
- 31.5.3. La industria de la moda
- 31.5.4. La colección de moda
- 31.5.5. Corte, confección y acabados

31.6. Accesorios en moda

- 31.6.1. Definición de accesorio
- 31.6.2. Accesorios más utilizados en las colecciones
- 31.6.3. La industria y el accesorio

31.7. Cómo presentar el proyecto

- 31.7.1. Presentación en moda
- 31.7.2. Presentación de una colección
- 31.7.3. Estilismo de moda

31.8. Dónde y cuándo presentar el proyecto

- 31.8.1. El calendario de la moda
- 31.8.2. La prensa de moda
- 31.8.3. Los editoriales en moda
- 31.8.4. Ferias y eventos

31.9. Estrategias de comunicación del proyecto

- 31.9.1. Segundas líneas
- 31.9.2. Ampliación de la colección
- 31.9.3. Practicidad

31.10. El diseño y la empresa

- 31.10.1. Emprendimiento en moda
- 31.10.2. La Marca
- 31.10.3. La mercadotecnia como promoción
- 31.10.4. Los derechos de autor

Asignatura 32

Transformación digital e innovación en el sector de la moda

32.1. La transformación digital en el sector

- 32.1.1. Concepto de transformación digital en minoristas
- 32.1.2. Situación del sector y su comparativa
- 32.1.3. Retos de futuro

32.2. La industria 4.0

- 32.2.1. Concepto
- 32.2.2. Aplicación
- 32.2.3. Impactos

32.3. Los habilitadores digitales

- 32.3.1. Concepto
- 32.3.2. Aplicación
- 32.3.3. Ejemplos y casos prácticos

32.4. El dato

- 32.4.1. Valor del dato
- 32.4.2. El dato en la toma de decisiones
- 32.4.3. Qué significa ser una empresa basada en la información

32.5. Inteligencia Artificial, Interacción Digital, Internet de las Cosas (IoT) y robótica

- 32.5.1. Inteligencia Artificial e Interacción Digital
- 32.5.2. Internet de las Cosas y robótica
- 32.5.3. Otras prácticas digitales

32.6. Cadena de bloques

- 32.6.1. Concepto y entendimiento
- 32.6.2. Cómo aporta valor al sector
- 32.6.3. Casos

32.7. La omnicanalidad y su impacto en el sector minorista

- 32.7.1. Impacto en el sector minorista
- 32.7.2. Análisis del reto
- 32.7.3. Evolución

32.8. Ecosistemas de empresas emergentes

- 32.8.1. El papel de la innovación y el capital de riesgo
- 32.8.2. Qué es un ecosistema de empresas emergentes y qué agentes lo conforman
- 32.8.3. Cómo maximizar la relación entre los minoristas y las empresas emergentes

32.9. Modelos de negocio digitales

- 32.9.1. Basado en la comercialización
- 32.9.2. Basado en la prestación de servicios
- 32.9.3. Basado en comunidades

32.10. Metodologías de innovación

- 32.10.1. Estrategia de innovación del océano azul
- 32.10.2. Estrategia Lean de empresas emergentes de innovación
- 32.10.3. Casos de uso

Asignatura 33**Grandes diseñadores de moda****33.1. Charles Frederick Worth**

- 33.1.1. Biografía
- 33.1.2. Contexto donde se desarrolló
- 33.1.3. Obra y aportaciones

33.2. Jacques Doucet

- 33.2.1. Biografía
- 33.2.2. Contexto donde se desarrolló
- 33.2.3. Obra y aportaciones

33.3. Mariano Fortuny

- 33.3.1. Biografía
- 33.3.2. Contexto donde se desarrolló
- 33.3.3. Obra y aportaciones

33.4. Paul Poiret

- 33.4.1. Biografía
- 33.4.2. Contexto donde se desarrolló
- 33.4.3. Obra y aportaciones

33.5. Jean Patou

- 33.5.1. Biografía
- 33.5.2. Contexto donde se desarrolló
- 33.5.3. Obra y aportaciones

33.6. Cristóbal Balenciaga

- 33.6.1. Biografía
- 33.6.2. Contexto donde se desarrolló
- 33.6.3. Obra y aportaciones

33.7. Christian Dior

- 33.7.1. Biografía
- 33.7.2. Contexto donde se desarrolló
- 33.7.3. Obra y aportaciones

33.8. Karl Lagerfeld

- 33.8.1. Biografía
- 33.8.2. Contexto donde se desarrolló
- 33.8.3. Obra y aportaciones

33.9. Yves Saint Laurent

- 33.9.1. Biografía
- 33.9.2. Contexto donde se desarrolló
- 33.9.3. Obra y aportaciones

33.10. Alexander McQueen

- 33.10.1. Biografía
- 33.10.2. Contexto donde se desarrolló
- 33.10.3. Obra y aportaciones

Asignatura 34**Organización empresarial y gestión de proyectos****34.1. Organización empresarial**

- 34.1.1. La empresa: concepto, elementos y funciones
- 34.1.2. El emprendedor
- 34.1.3. Clases de empresa
- 34.1.4. Objetivos de la empresa
- 34.1.5. La empresa como sistema
- 34.1.6. El entorno empresarial
- 34.1.7. Formas jurídicas de la empresa
- 34.1.8. La creación de la empresa
- 34.1.9. Trámites de constitución
- 34.1.10. Trámites de puesta en marcha
- 34.1.11. El plan de empresa

34.2. Propiedad industrial

- 34.2.1. Definición de la propiedad industrial
- 34.2.2. Tipos de derechos de propiedad industrial
- 34.2.3. Diseños industriales
- 34.2.4. El diseño de moda y su protección
- 34.2.5. Procedimiento registral
- 34.2.6. Contenido del derecho sobre el diseño registrado
- 34.2.7. Duración de la protección
- 34.2.8. Protección del diseño en el extranjero
- 34.2.9. Signos distintivos

34.3. Propiedad intelectual

- 34.3.1. Definición de la propiedad intelectual
- 34.3.2. Protección de las creaciones textiles
- 34.3.3. Disposiciones generales
- 34.3.4. Sujeto
- 34.3.5. Objeto
- 34.3.6. Contenido
- 34.3.7. Duración y límites
- 34.3.8. Dominio público
- 34.3.9. Transmisión de los derechos
- 34.3.10. Remuneración
- 34.3.11. Protección de los derechos de propiedad intelectual
- 34.3.12. El registro de la propiedad intelectual
- 34.3.13. Símbolos de reserva de derechos
- 34.3.14. Entidades de gestión
- 34.3.15. Licencia de derechos de autor

34.4. Gestión de empresas de moda: el proceso de creación

- 34.4.1. Decisiones iniciales
- 34.4.2. Diseño
- 34.4.3. Preselección de modelos
- 34.4.4. Búsqueda y selección de materiales
- 34.4.5. Elaboración del prototipo
- 34.4.6. Costo del prototipo

34.5. Producción

- 34.5.1. El proceso de producción de una colección
- 34.5.2. La gestión de la producción
- 34.5.3. Los costes de producción

34.6. Responsabilidad en materia de Salud Laboral

- 34.6.1. El trabajo y la salud
- 34.6.2. Los riesgos laborales
- 34.6.3. Daños a la salud de los trabajadores
- 34.6.4. Técnicas de prevención
- 34.6.5. Salud laboral en la actividad profesional

34.7. Responsabilidad social y medioambiental

- 34.7.1. Los proveedores
- 34.7.2. Gestión medioambiental de la empresa
- 34.7.3. Medio ambiente y moda
- 34.7.4. Ser sostenible

34.8. Ventas

- 34.8.1. El punto de venta
- 34.8.2. El canal de distribución
- 34.8.3. Condiciones de venta
- 34.8.4. Otras consideraciones a la hora de vender
- 34.8.5. La operación compraventa
- 34.8.6. Normas fiscales
- 34.8.7. El cálculo de la factura
- 34.8.8. Venta en línea

34.9. Gestión económica-financiera

- 34.9.1. Costes
- 34.9.2. Balance de situación
- 34.9.3. Cuenta de resultados
- 34.9.4. Ratios
- 34.9.5. Gestión de tesorería
- 34.9.6. Formas de financiación

34.10. Organización y comunicación

- 34.10.1. Contratar por fuera
- 34.10.2. Diseñar el organigrama de la empresa
- 34.10.3. Trabajar en equipo
- 34.10.4. Comunicar

- 34.10.5. Controlar los procesos, documentos y contabilidad
- 34.10.6. Proteger los datos

Asignatura 35

Mercadotecnia en moda

35.1. La mercadotecnia en moda

- 35.1.1. Introducción a la mercadotecnia en moda
- 35.1.2. Definición de mercadotecnia
- 35.1.3. La mercadotecnia y las variables

35.2. Estudio del mercado en moda

- 35.2.1. Entorno del mercado de la moda
- 35.2.2. Estructura del mercado
- 35.2.3. Agentes del proceso industrial
- 35.2.4. El mercado internacional

35.3. Estrategias en los mercados de moda

- 35.3.1. Segmentación del mercado
- 35.3.2. Posicionamiento del producto
- 35.3.3. Investigación del mercado

35.4. El consumidor de moda

- 35.4.1. El consumidor de moda
- 35.4.2. Comportamientos de compra
- 35.4.3. Proceso de decisión de compra

35.5. El producto moda

- 35.5.1. El producto moda
- 35.5.2. El ciclo de vida del producto
- 35.5.3. Identidad de marca

35.6. Política de precio en moda

- 35.6.1. El precio
- 35.6.2. Los costes
- 35.6.3. Fijación del precio

35.7. Comunicación de la moda

- 35.7.1. Comunicación y promoción del producto
- 35.7.2. La pasarela
- 35.7.3. Tendencias
- 35.7.4. Control de calidad en el proceso

35.8. Distribución de la moda

- 35.8.1. Distribución
- 35.8.2. Logística
- 35.8.3. Espacio de venta
- 35.8.4. Comercialización

35.9. Mercadotecnia estratégica en moda

- 35.9.1. Mercadotecnia estratégica
- 35.9.2. Planificación de la mercadotecnia
- 35.9.3. Mercadotecnia en línea

35.10. Responsabilidad de las empresas de moda

- 35.10.1. Responsabilidad social de la empresa
- 35.10.2. Factores sociales
- 35.10.3. Perfil profesional de la mercadotecnia

Asignatura 36**La identidad del consumidor y la evolución de las tendencias****36.1. La moda como herramienta de comunicación social**

- 36.1.1. Ampliación del fenómeno moda y cambios sociales
- 36.1.2. La apariencia como forma de identidad individual
- 36.1.3. Elementos que definen el lenguaje visual de la moda

36.2. La expresión visual del color

- 36.2.1. La importancia del color en las decisiones de compra
- 36.2.2. La teoría del color y las emociones cromáticas
- 36.2.3. La utilización del color en el ecosistema de la moda

36.3. Perfiles de los nuevos consumidores

- 36.3.1. La correcta segmentación de los consumidores del Siglo XXI
- 36.3.2. Las marcas ante los nuevos clientes: del consumidor al "prosumidor"
- 36.3.3. Tendencias y factores que condicionan el proceso de compra

36.4. Preferencias del consumidor del lujo

- 36.4.1. El estilo de vida del cliente del lujo: valores y prioridades
- 36.4.2. Las dinámicas de consumo en el universo del lujo
- 36.4.3. Descubriendo del comercio al por menor y la venta digital del lujo

36.5. Observación e investigación de tendencias en la teoría de la Caza de tendencias

- 36.5.1. La figura del cazador de tendencias en la industria de la moda
- 36.5.2. De los "creadores de tendencia" al consumo de masas
- 36.5.3. Agencias de investigación de tendencias

36.6. Novedad y tendencia. De la innovación a la consolidación

- 36.6.1. Diferenciación de los conceptos
- 36.6.2. Macrotendencias y microtendencias
- 36.6.3. Ciclos y teorías de difusión de la moda

36.7. Metodología y análisis para la detección de tendencias

- 36.7.1. El arte y la ciencia de descifrar tendencias
- 36.7.2. Observación y documentación como disciplinas de análisis
- 36.7.3. Metodologías para la obtención de datos. Desde la entrevista al Método Delphi

36.8. El sector de la cosmética, la belleza como estilo de vida

- 36.8.1. La industria de la belleza, la venta de lo intangible
- 36.8.2. Tendencias en el mercado del siglo XXI
- 36.8.3. El consumidor informado: el auge de la cosmética nicho y eco

36.9. Concepto de tienda. Espacios físicos y digitales de tendencias

- 36.9.1. Un espacio de venta inusual en los "puntos de venta" adecuados
- 36.9.2. La experiencia de compra más allá de la moda. Arte, cultura y diseño
- 36.9.3. Las tiendas concepto también en la red

36.10. Tendencias de consumo post COVID 19 de moda, belleza y lujo

- 36.10.1. Qué ha cambiado para siempre en los hábitos de consumo
- 36.10.2. Cómo serán las compras del futuro
- 36.10.3. Sostenibilidad, tecnología e innovación como elementos clave

Asignatura 37**Ética, legislación y deontología profesional****37.1. La ética, la moral, el derecho y la deontología profesional**

- 37.1.1. Cuestiones básicas sobre ética. Algunos dilemas morales
- 37.1.2. Análisis conceptual y origen etimológico
- 37.1.3. Diferencias entre moral y ética
- 37.1.4. La conexión entre ética, moral, derecho y deontología

37.2. La propiedad intelectual

- 37.2.1. ¿Qué es la propiedad intelectual?
- 37.2.2. Tipos de propiedad intelectual
- 37.2.3. El plagio y el incumplimiento de los derechos de autor
- 37.2.4. Anti derecho de autor (Anticopyright)

37.3. Aspectos prácticos del actual ético

- 37.3.1. Utilitarismo, consecuencialismo y deontología
- 37.3.2. Actuar de forma consecuente frente a actuar en base a principios
- 37.3.3. Eficiencia dinámica de actuar en base a principios

37.4. La legislación y la moral

- 37.4.1. Concepto de legislación
- 37.4.2. Concepto de moral
- 37.4.3. Conexión entre derecho y moral
- 37.4.4. De lo justo a lo injusto a partir del razonamiento lógico

37.5. La conducta profesional

- 37.5.1. El trato con el cliente
- 37.5.2. La importancia de pactar las condiciones
- 37.5.3. Los clientes no compran diseño
- 37.5.4. La conducta profesional

37.6. Responsabilidades hacia otros diseñadores

- 37.6.1. La competitividad
- 37.6.2. El prestigio de la profesión
- 37.6.3. El impacto con el resto de profesiones
- 37.6.4. La relación con otros compañeros de profesión. La crítica

37.7. Responsabilidades sociales

- 37.7.1. El diseño inclusivo y su importancia
- 37.7.2. Características a tener en cuenta
- 37.7.3. Un cambio de mentalidad
- 37.7.4. Ejemplos y referencias

37.8. Responsabilidades con el entorno

- 37.8.1. Ecodiseño. ¿Por qué es tan importante?
- 37.8.2. Características del diseño sostenible
- 37.8.3. Implicaciones en el medio ambiente
- 37.8.4. Ejemplos y referencias

37.9. Conflictos éticos y toma práctica de decisiones

- 37.9.1. Conducta y prácticas responsables en el ámbito laboral
- 37.9.2. Buenas prácticas del diseñador digital
- 37.9.3. ¿Cómo resolver conflictos de interés?
- 37.9.4. Cómo actuar ante regalos

37.10. El conocimiento libre: Licencias comunes creativas

- 37.10.1. ¿Qué son?
- 37.10.2. Tipos de licencia
- 37.10.3. Simbología
- 37.10.4. Usos específicos

Asignatura 38

Diseño de producto

38.1. Introducción al diseño de producto

- 38.1.1. El diseño de productos
- 38.1.2. El producto como una ventaja competitiva
- 38.1.3. Interfaz usuario-objeto (ergonomía)
- 38.1.4. Ciclo de vida de los productos. La obsolescencia programada

38.2. Embalaje

- 38.2.1. ¿Qué es el embalaje?
- 38.2.2. Envase y embalaje
- 38.2.3. Funciones y tipologías del embalaje
- 38.2.4. Referencias visuales. Plantillas

38.3. Origen y evolución histórica del embalaje

- 38.3.1. Orígenes
- 38.3.2. Desde Roma hasta el Renacimiento
- 38.3.3. La Revolución Industrial
- 38.3.4. Embalaje del siglo XX

38.4. Tendencias en el embalaje contemporáneo

- 38.4.1. El impacto medioambiental y el enfoque hacia la sostenibilidad
- 38.4.2. Biónica. La economía azul
- 38.4.3. Nuevos desarrollos I+D+i
- 38.4.4. Tendencias de mercadotecnia y de comunicación

38.5. Técnicas y procesos productivos en la industria del embalaje

- 38.5.1. Procesos de producción relacionados con la celulosa
- 38.5.2. Procesos de producción en envases de vidrio
- 38.5.3. Procesos de producción en envases de metal
- 38.5.4. Procesos de producción en envases de polímeros

38.6. Materiales en el diseño de envases y embalajes

- 38.6.1. Compuestos de celulosa
- 38.6.2. Metálicos
- 38.6.3. Vidrios
- 38.6.4. Polímeros
- 38.6.5. Nuevos materiales

38.7. Herramientas de análisis y valoración ambiental en el diseño de productos

- 38.7.1. La importancia de estas herramientas
- 38.7.2. Tipología
- 38.7.3. Matriz MET
- 38.7.4. Lista de comprobación
- 38.7.5. Valoración de la estrategia ambiental (VEA)
- 38.7.6. Herramienta de análisis o MIPS
- 38.7.7. Eco-indicadores
- 38.7.8. Análisis del ciclo de vida (ACV)

38.8. El futuro del embalaje

- 38.8.1. Nuevos materiales
- 38.8.2. Envases inteligentes. Embalaje sensorial
- 38.8.3. Hacer más con menos
- 38.8.4. Referencias visuales

38.9. Diseña o rediseña un producto: Primera fase

- 38.9.1. Presentación y explicación del proyecto
- 38.9.2. Lluvia de ideas
- 38.9.3. Búsqueda de referentes. Análisis de la competencia
- 38.9.4. Análisis del público objetivo

38.10. Diseña o rediseña un producto: El valor y el desarrollo

- 38.10.1. Propuestas de valor
- 38.10.2. Prototipado. Análisis
- 38.10.3. Desarrollo de la idea final. Especificaciones técnicas
- 38.10.4. Viabilidad

Asignatura 39

Habilidades directivas

39.1. Las personas en las organizaciones

- 39.1.1. Calidad de vida laboral y bienestar psicológico
- 39.1.2. Equipos de trabajo y la dirección de reuniones
- 39.1.3. Coaching y gestión de equipos
- 39.1.4. Gestión de la igualdad y diversidad

39.2. Gestión del talento

- 39.2.1. Concepto de Gestión del Talento
- 39.2.2. Funciones y procesos en la gestión del talento
- 39.2.3. Técnicas de gestión del talento
- 39.2.4. Tendencias en la gestión del talento

39.3. Desarrollo directivo y liderazgo

- 39.3.1. Concepto de Desarrollo Directivo
- 39.3.2. Concepto de Liderazgo
- 39.3.3. Teorías del Liderazgo
- 39.3.4. Estilos de Liderazgo
- 39.3.5. La Inteligencia en el Liderazgo
- 39.3.6. Los desafíos del Líder en la actualidad

39.4. Gestión del cambio

- 39.4.1. Concepto de Gestión del Cambio
- 39.4.2. El Proceso de Gestión del Cambio
- 39.4.3. La Implementación del Cambio. El Modelo de Kotter

39.5. Comunicación estratégica

- 39.5.1. Comunicación interpersonal
- 39.5.2. Habilidades comunicativas e influencia
- 39.5.3. Comunicación interna y plan de comunicación integral
- 39.5.4. Barreras para la comunicación empresarial

39.6. Negociación y gestión de conflictos

- 39.6.1. Técnicas de negociación efectiva
- 39.6.2. Conflictos interpersonales
- 39.6.3. Negociación intercultural

Asignatura 40**Identidad corporativa****40.1. La importancia de la imagen en las empresas**

- 40.1.1. ¿Qué es la imagen corporativa?
- 40.1.2. Diferencias entre identidad e imagen corporativa
- 40.1.3. ¿Dónde se puede manifestar la imagen corporativa?
- 40.1.4. Situaciones de cambio de la imagen corporativas ¿Por qué conseguir una buena imagen corporativa?

40.2. Las técnicas de investigación en Imagen Corporativa

- 40.2.1. Introducción
- 40.2.2. El estudio de la imagen de la empresa
- 40.2.3. Técnicas de investigación de la imagen corporativa
- 40.2.4. Las técnicas cualitativas de estudio de la imagen
- 40.2.5. Tipos de técnicas cuantitativas

40.3. Auditoría y estrategia de imagen

- 40.3.1. Qué es la auditoría de imagen
- 40.3.2. Pautas
- 40.3.3. Metodología de la auditoría
- 40.3.4. Planificación estratégica

40.4. Cultura corporativa

- 40.4.1. ¿Qué es la cultura corporativa?
- 40.4.2. Factores que intervienen en la cultura corporativa
- 40.4.3. Funciones de la cultura corporativa
- 40.4.4. Tipos de cultura corporativa

40.5. Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa

- 40.5.1. Responsabilidad Social Corporativa: concepto y aplicación de la empresa
- 40.5.2. Directrices para integrar la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas
- 40.5.3. La comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa
- 40.5.4. Reputación corporativa

40.6. La identidad visual corporativa y el Nombre

- 40.6.1. Estrategias de identidad visual corporativa
- 40.6.2. Elementos básicos
- 40.6.3. Principios básicos
- 40.6.4. Elaboración del manual
- 40.6.5. El naming

40.7. Imagen y posicionamiento de marcas

- 40.7.1. Los orígenes de las marcas
- 40.7.2. ¿Qué es una marca?
- 40.7.3. La necesidad de construir una marca
- 40.7.4. Imagen y posicionamiento de las marcas
- 40.7.5. El valor de las marcas

40.8. Gestión de la imagen a través de la Comunicación de Crisis

- 40.8.1. Plan estratégico de comunicación
- 40.8.2. Cuando todo sale mal: comunicación de crisis
- 40.8.3. Casos

40.9. La influencia de las promociones en la Imagen Corporativa

- 40.9.1. El nuevo panorama del sector publicitario
- 40.9.2. La mercadotecnia promocional
- 40.9.3. Características
- 40.9.4. Peligros
- 40.9.5. Tipos y técnicas promocionales

40.10. La distribución y la imagen del punto de venta

- 40.10.1. Los principales protagonistas de la distribución comercial
- 40.10.2. La imagen de las empresas de distribución comercial a través del posicionamiento
- 40.10.3. A través de su nombre y logotipo

04

Convalidación de asignaturas

Si el candidato a estudiante ha cursado otra Licenciatura Oficial Universitaria de la misma rama de conocimiento o un programa equivalente al presente, incluso si solo lo cursó parcialmente y no lo finalizó, TECH le facilitará la realización de un Estudio de Convalidaciones que le permitirá no tener que examinarse de aquellas asignaturas que hubiera superado con éxito anteriormente.



“

Si tienes estudios susceptibles de convalidación, TECH te ayudará en el trámite para que sea rápido y sencillo”

Cuando el candidato a estudiante desee conocer si se le valorará positivamente el estudio de convalidaciones de su caso, deberá solicitar una **Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas** que le permita decidir si le es de interés matricularse en el programa de Licenciatura Oficial Universitaria.

La Comisión Académica de TECH valorará cada solicitud y emitirá una resolución inmediata para facilitar la decisión de la matriculación. Tras la matrícula, el estudio de convalidaciones facilitará que el estudiante consolide sus asignaturas ya cursadas en otros programas de Licenciatura Oficial Universitaria en su expediente académico sin tener que evaluarse de nuevo de ninguna de ellas, obteniendo en menor tiempo, su nuevo título de Licenciatura Oficial Universitaria.

TECH le facilita a continuación toda la información relativa a este procedimiento:



Matricúlate en la Licenciatura Oficial Universitaria y obtén el estudio de convalidaciones de forma gratuita”



¿Qué es la convalidación de estudios?

La convalidación de estudios es el trámite por el cual la Comisión Académica de TECH equipara estudios realizados de forma previa, a las asignaturas del programa de Licenciatura Oficial Universitaria tras la realización de un análisis académico de comparación. Serán susceptibles de convalidación aquellos contenidos cursados en un plan o programa de estudio de Licenciatura Oficial Universitaria o nivel superior, y que sean equiparables con asignaturas de los planes y programas de estudio de esta Licenciatura Oficial Universitaria de TECH. Las asignaturas indicadas en el documento de Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas quedarán consolidadas en el expediente del estudiante con la leyenda “EQ” en el lugar de la calificación, por lo que no tendrá que cursarlas de nuevo.



¿Qué es la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas es el documento emitido por la Comisión Académica tras el análisis de equiparación de los estudios presentados; en este, se dictamina el reconocimiento de los estudios anteriores realizados, indicando qué plan de estudios le corresponde, así como las asignaturas y calificaciones obtenidas, como resultado del análisis del expediente del alumno. La Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será vinculante en el momento en que el candidato se matricule en el programa, causando efecto en su expediente académico las convalidaciones que en ella se resuelvan. El dictamen de la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas será inapelable.



¿Cómo se solicita la Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas?

El candidato deberá enviar una solicitud a la dirección de correo electrónico convalidaciones@techtitute.com adjuntando toda la documentación necesaria para la realización del estudio de convalidaciones y emisión de la opinión técnica. Asimismo, tendrá que abonar el importe correspondiente a la solicitud indicado en el apartado de Preguntas Frecuentes del portal web de TECH. En caso de que el alumno se matricule en la Licenciatura Oficial Universitaria, este pago se le descontará del importe de la matrícula y por tanto el estudio de opinión técnica para la convalidación de estudios será gratuito para el alumno.



¿Qué documentación necesitará incluir en la solicitud?

La documentación que tendrá que recopilar y presentar será la siguiente:

- Documento de identificación oficial
- Certificado de estudios, o documento equivalente que ampare los estudios realizados. Este deberá incluir, entre otros puntos, los periodos en que se cursaron los estudios, las asignaturas, las calificaciones de las mismas y, en su caso, los créditos. En caso de que los documentos que posea el interesado y que, por la naturaleza del país, los estudios realizados carezcan de listado de asignaturas, calificaciones y créditos, deberán acompañarse de cualquier documento oficial sobre los conocimientos adquiridos, emitido por la institución donde se realizaron, que permita la comparabilidad de estudios correspondiente



¿En qué plazo se resolverá la solicitud?

La Opinión Técnica se llevará a cabo en un plazo máximo de 48h desde que el interesado abone el importe del estudio y envíe la solicitud con toda la documentación requerida. En este tiempo la Comisión Académica analizará y resolverá la solicitud de estudio emitiendo una Opinión Técnica de Convalidación de Asignaturas que será informada al interesado mediante correo electrónico. Este proceso será rápido para que el estudiante pueda conocer las posibilidades de convalidación que permita el marco normativo para poder tomar una decisión sobre la matriculación en el programa.

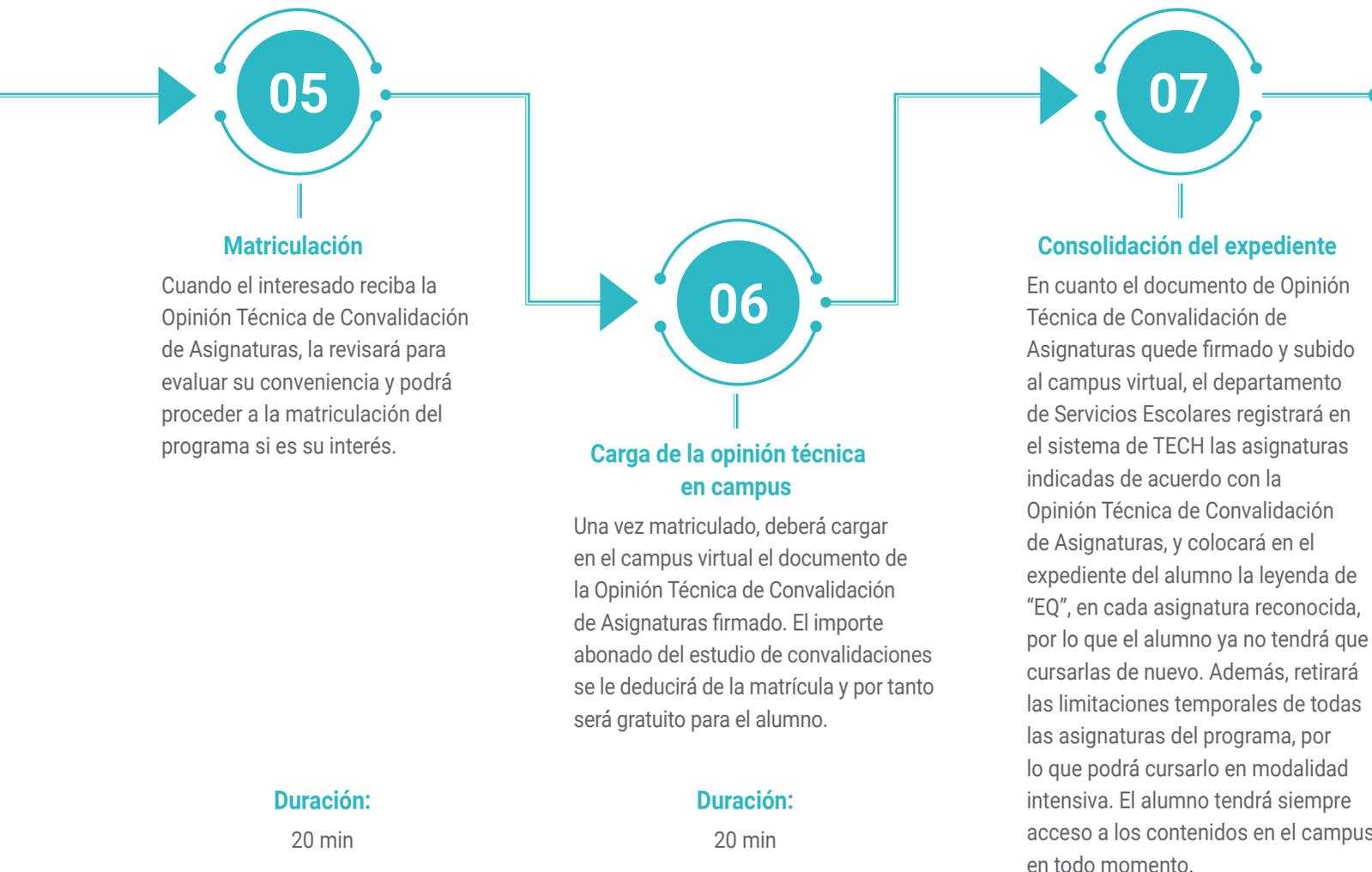


¿Será necesario realizar alguna otra acción para que la Opinión Técnica se haga efectiva?

Una vez realizada la matrícula, deberá cargar en el campus virtual el informe de opinión técnica y el departamento de Servicios Escolares consolidarán las convalidaciones en su expediente académico. En cuanto las asignaturas le queden convalidadas en el expediente, el estudiante quedará eximido de realizar la evaluación de estas, pudiendo consultar los contenidos con libertad sin necesidad de hacer los exámenes.

Procedimiento paso a paso





Convalida tus estudios realizados y no tendrás que evaluarte de las asignaturas superadas.

05

Objetivos docentes

Esta Licenciatura Oficial Universitaria en Diseño de Modas se enfoca en proporcionar a sus egresados una comprensión integral de la industria textil, así como de sus procesos creativos y técnicos. El plan de estudios permite explorar los aspectos fundamentales del patronaje, la producción y la comunicación en este sector, promoviendo además la innovación y la sostenibilidad. De este modo, los alumnos desarrollarán competencias avanzadas en diseño textil, ilustración e incluso en Marketing. Con una metodología que combina teoría y práctica, el programa busca fomentar una visión crítica y creativa, preparando a los profesionales para enfrentar los desafíos del mercado actual y contribuir de manera significativa a la evolución del sector.

*Living
SUCCESS*



“

*Capacítate para comprender la relación entre
Filosofía, Arte y Ciencia con esta Licenciatura
Oficial Universitaria de TECH”*



Objetivos generales

- ♦ Conocer el vínculo existente entre la historia del arte y la Moda
- ♦ Ser capaz de diseñar proyectos de moda de éxito
- ♦ Obtener una capacitación superior en estilismo, imagen y comunicación de Moda que permita a los profesionales destacar en el sector
- ♦ Desarrollar habilidades 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





Objetivos específicos

Asignatura 1. Fundamentos del Diseño

- ♦ Conocer las bases del diseño, así como a los referentes, estilos y movimientos que le han dado forma desde sus inicios hasta la actualidad
- ♦ Correlacionar las distintas áreas del Diseño, campos de aplicación y ramas profesionales

Asignatura 2. Dibujo y técnicas gráficas

- ♦ Reconocer estrategias de observación y representación de la forma, comprendiendo la visión plana y tridimensional
- ♦ Manejar diversas técnicas y herramientas gráficas según criterios de análisis y síntesis, con el fin de dominar los elementos gráficos del dibujo, así como los medios más propicios para la expresión gráfica

Asignatura 3. Volumen y espacio

- ♦ Distinguir los elementos básicos del lenguaje tridimensional, así como la transformación y creación del espacio
- ♦ Aprender a construir estructuras mediante elementos previamente conformados y comprender los factores que determinan su configuración espacial

Asignatura 4. Sistemas de representación técnica

- ♦ Representar objetos en los sistemas diédrico, axonométrico y cónico
- ♦ Desarrollar destrezas y habilidades que le permitan al alumno expresarse en el medio técnico con precisión, claridad y objetividad en soluciones gráficas

Asignatura 5. Historia del Arte I

- ♦ Desarrollar la metodología de la Historia del Arte en cuanto a clasificación y análisis
- ♦ Conocer la terminología específica de la materia y usarla adecuadamente
- ♦ Manejar recursos y fuentes de manera adecuada
- ♦ Comprender la historia del arte como fuente de inspiración, creatividad y calidad en las producciones de diseño

Asignatura 6. El color y la forma

- ♦ Examinar las diferentes herramienta y recursos actualizados de utilización del color en el diseño
- ♦ Manejar los distintos medios de aplicación del color tanto manuales como digitales

Asignatura 7. Metodología del Diseño

- ♦ Reconocer los procesos básicos de la metodología científica en la historia del Diseño
- ♦ Ahondar en la dinámica propia de la gestión del Diseño para aplicar conocimientos de mercadotecnia y de administración empresarial a los proyectos de diseño

Asignatura 8. Teoría y metodología del proyecto

- ♦ Identificar los factores estéticos, técnicos, simbólicos y funcionales de la operación de diseñar, mediante herramientas que permitan realizar planteamientos abiertos y divergentes
- ♦ Explorar múltiples soluciones y variables que servirán como estrategias para fomentar la creatividad

Asignatura 9. Historia del Arte II

- ♦ Describirá los diferentes movimientos artísticos, estudiando sus características y sus principales representantes
- ♦ Reconocer la importancia de cada movimiento artístico y entender de qué manera cambiaron la historia

Asignatura 10. Patronaje y confección

- ♦ Distinguirá los fundamentos de la costura, así como los tipos de herramientas y maquinaria en la fabricación de prendas
- ♦ Reconocer las tablas de medidas y las tipologías del patronaje, con el fin de crear cualquier tipo de prenda a partir de la obtención de patrones

Asignatura 11. Teoría y cultura del Diseño

- ♦ Comprender conceptos vinculados al diseño, reflexionando sobre las estructuras socioeconómicas y su relación con la cultura
- ♦ Poder formular un juicio propio y dotarse de un pensamiento autónomo y crítico acerca de las industrias culturales y creativas

Asignatura 12. Fotografía

- ♦ Revisar de forma básica las cámaras fotográficas, así como el vocabulario y los conceptos del lenguaje visual y audiovisual
- ♦ Manejar recursos y fuentes propios de la materia y analizar críticamente imágenes de diferente índole

Asignatura 13. Tecnología digital

- ♦ Distinguir los softwares más importantes en el contexto actual del Diseño, estudiando el vocabulario y las metodologías sobre la imagen digital y la imagen vectorial
- ♦ Desarrollar las competencias necesarias para la utilización de los programas para retoque y manipulación de la imagen y del dibujo vectorial

Asignatura 14. Ilustración de moda

- ♦ Profundizar en la anatomía humana y las principales características de la misma para poder representarla en el figurín de Moda
- ♦ Diferenciar las técnicas de representación gráfico-plásticas en la ilustración de Moda, con el fin de obtener un estilo personal que sea su sello de identidad en el mundo de la moda

Asignatura 15. Historia de la indumentaria

- ♦ Explicar los procesos psicológicos en la evolución de las piezas en la historia de la indumentaria
- ♦ Demostrar la interrelación entre los elementos indumentarios y los campos humanísticos, para reflexionar sobre la incidencia que tiene la innovación y calidad de la producción indumentaria en la calidad de vida y del medioambiente

Asignatura 16. Fundamentos de creatividad

- ♦ Entender el proceso de creación en cualquier circunstancia vital, desarrollando la imaginación y el intelecto para generar ideas originales en la esfera comunicativa
- ♦ Conocer las tendencias actuales del sector de la moda y crear esas colecciones que se conviertan en un must de la temporada

Asignatura 17. Estética

- ♦ Interpretar los fundamentos estéticos de proyectos de Diseño, identificando las características formales y comunicativas de las obras de Diseño de Moda
- ♦ Analizar las características de las obras de Diseño de Moda aplicando criterios formales, comunicativos y símbolos, además de entender las relaciones entre los movimientos artísticos y el diseño

Asignatura 18. Tecnología textil

- ♦ Identificar los diferentes tipos de fibras textiles, así como las técnicas para su manipulación y elaboración
- ♦ Seleccionar un material textil para un Diseño concreto según sus propiedades

Asignatura 19. Sastrería de caballero

- ♦ Explicar la historia de la Moda masculina, comprendiendo la morfología y sus peculiaridades
- ♦ Reconocer los patrones más utilizados en la Moda masculina y aprender a realizar trajes sastres entre otras prendas

Asignatura 20. Fundamentos científicos aplicados al Diseño

- ♦ Distinguir las bases científicas más importantes en Diseño, así como las propiedades básicas de los materiales
- ♦ Incorporar criterios científicos medioambientales y de sostenibilidad en el diseño

Asignatura 21. Sistemas de representación aplicados a la Moda

- ♦ Diferenciar los contextos profesionales de aplicación del dibujo técnico de moda
- ♦ Realizar dibujos planos de prendas, representando diferentes accesorios de moda a través de los mismo

Asignatura 22. Proyectos de Moda I

- ♦ Revisar las diferentes metodologías de trabajo aplicadas al diseño de Moda, conociendo los diferentes medios de difusión y comunicación
- ♦ Entender el proceso de realización de proyectos de Moda en todas sus fases y ejecutarlos con todos los procedimientos técnicos necesarios

Asignatura 23. Moda sostenible

- ♦ Descubrir el ciclo de vida de una prenda, así como la normativa de calidad y seguridad en el sector textil, estudiando el diseño, producción y distribución sostenible
- ♦ Adquirir criterios medioambientales y de sostenibilidad en la fase de concepción y desarrollo del diseño para disminuir el impacto negativo en el medioambiente

Asignatura 24. Bordado y géneros de punto

- ♦ Describir la historia del bordado, así como su clasificación y materiales, reconociendo los principios de la tejeduría y su clasificación
- ♦ Realizar diferentes tipos de puntadas y podrá confeccionar distintos materiales

Asignatura 25. Estampación y tinción

- ♦ Utilizará las distintas técnicas de estampación textil, examinando los posibles problemas técnicos que puedan presentarse
- ♦ Establecer soluciones prácticas que permitan la estampación textil como recurso del diseño

Asignatura 26. Grandes diseñadoras de moda

- ♦ Determinar quiénes han sido las diseñadoras más relevantes del siglo XX, estudiando su historia, así como las aportaciones que las introdujeron en la moda,
- ♦ Identificar las obras de Moda importantes como recurso y apoyo en la argumentación y formalización de un concepto de Moda

Asignatura 27. Historia y cultura universal del vestido

- ♦ Construir una idea global y crítica del desarrollo y estado actual de la cultura
- ♦ Conocer los aspectos relevantes que influyen en el desarrollo de indumentaria, para así proporcionarle al alumno fuentes de inspiración diversas para la creación del Diseño

Asignatura 28. Historia, contexto y crítica de la Moda

- ♦ Reunir estrategias metodológicas y estéticas que ayuden a desarrollar procesos creativos
- ♦ Justificar las contradicciones entre el Lujo de la Moda y los valores éticos, para así reflexionar sobre la incidencia que tiene la innovación y calidad de la producción en la calidad de vida y del medioambiente

Asignatura 29. Estilismo avanzado

- ♦ Gestionará la labor profesional de estilista de Moda para el contexto editorial, analizando nuevas tendencias estéticas, así como los diferentes perfiles de consumidores
- ♦ Adecuar las labores de Diseño a las necesidades del cliente y poder satisfacerlo en diferentes tipos de proyectos de estilismo

Asignatura 30. Contextos histórico-artísticos de la moda y el Diseño de Moda

- ♦ Descubrir la obra artística en su contexto histórico, así como las bases del vestir moderno
- ♦ Profundizar en los grandes consumidores del siglo XIX, a fin de entender la relevancia de los procesos del vestir a lo largo de la historia

Asignatura 31. Proyectos de Moda II

- ♦ Obtener un pensamiento crítico ante las prácticas, tendencias y resultados del Diseño de Moda
- ♦ Dominar las técnicas de exposición gráfica en proyectos de Diseño, para así desarrollar con coherencia un proceso textil

Asignatura 32. Transformación digital e innovación en el sector de la Moda

- ♦ Examinar el concepto de transformación digital aplicada a los negocios minoristas de Moda, así como los avances en el campo de la innovación y la tecnología
- ♦ Entender las empresas emergentes como agente clave y los nuevos modelos de negocio surgidos tras la revolución digital como los basados en la comercialización

Asignatura 33. Grandes diseñadores de Moda

- ♦ Ahondar en los diseñadores más relevantes, reconociendo su historia y las aportaciones que introdujeron en la Moda a estos grandes diseñadores, a fin de identificar las obras de moda más importantes
- ♦ Desarrollar una marca propia de Moda que alcance el éxito en el mercado

Asignatura 34. Organización empresarial y gestión de proyectos

- ♦ Abordar el entorno empresarial y las herramientas para acceder al mercado laboral, analizando los principales instrumentos de constitución de un plan de empresa
- ♦ Reconocer la importancia del Diseño en el nuevo paradigma empresarial como parte de la economía y ser capaz de gestionar proyectos de Diseño

Asignatura 35. Mercadotecnia en Moda

- ♦ Ser capaz de entender cómo establecer una política de precios y conocer los procedimientos de distribución del producto
- ♦ Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentando de manera razonada y canalizando el diálogo

Asignatura 36. La identidad del consumidor y la evolución de las tendencias

- ♦ Elaborar un informe de tendencias predictivo que minimice los riesgos y optimice los recursos para adelantarse a sus competidores
- ♦ Comprender cómo se construye la Moda a través de un ejercicio de percepción, interpretación y proyección visual

Asignatura 37. Ética, legislación y deontología profesional

- ♦ Reunir e interpretar datos relevantes y emitir juicios que incluyan una reflexión de índole ético, ambiental y social, realizando ejercicios profesionales de forma ética
- ♦ Desarrollar competencias que demuestren que se pueden resolver problemas por medio de la argumentación y la crítica constructiva

Asignatura 38. Diseño de producto

- ♦ Reflexionar sobre la influencia social positiva del Diseño, su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente
- ♦ Adquirir la capacidad de realizar críticas argumentadas y constructivas de diferentes productos y paquetes existentes

Asignatura 39. Habilidades directivas

- ♦ Desarrollar las habilidades de liderazgo que constituye el perfil de un directivo competente, para obtener mejores resultados en el desarrollo de sus funciones
- ♦ Aplicar técnicas de Marketing que favorezcan el posicionamiento y mayor conocimiento de la marca

Asignatura 40. Identidad corporativa

- ♦ Analizar la importancia de la imagen en las empresas a través de técnicas de investigación y técnicas cualitativas
- ♦ Diseñar identidades corporativas y poder diferenciarse entre la competencia



Obtendrás habilidades técnicas en áreas como el patronaje, la confección y el drapeado, lo que contribuirá a que materialices tus ideas con eficiencia”

06

Salidas profesionales

Tras finalizar esta Licenciatura Oficial Universitaria en Diseño de Modas, los egresados podrán desarrollarse de forma eficiente en diversas áreas profesionales. En este sentido, los profesionales dispondrán cualificación integral en creatividad, estética y técnicas de confección. Gracias a esto, el alumnado tendrá una carrera versátil y alineada con sus intereses, siempre con la capacidad de aportar un enfoque innovador y sostenible en su práctica. Así pues, podrá trabajar en áreas como el Diseño de prendas, gestión de marcas, producción textil y asesoría de imagen, entre otros, contribuyendo así a la evolución de la industria de la Moda.

Upgrading...



“

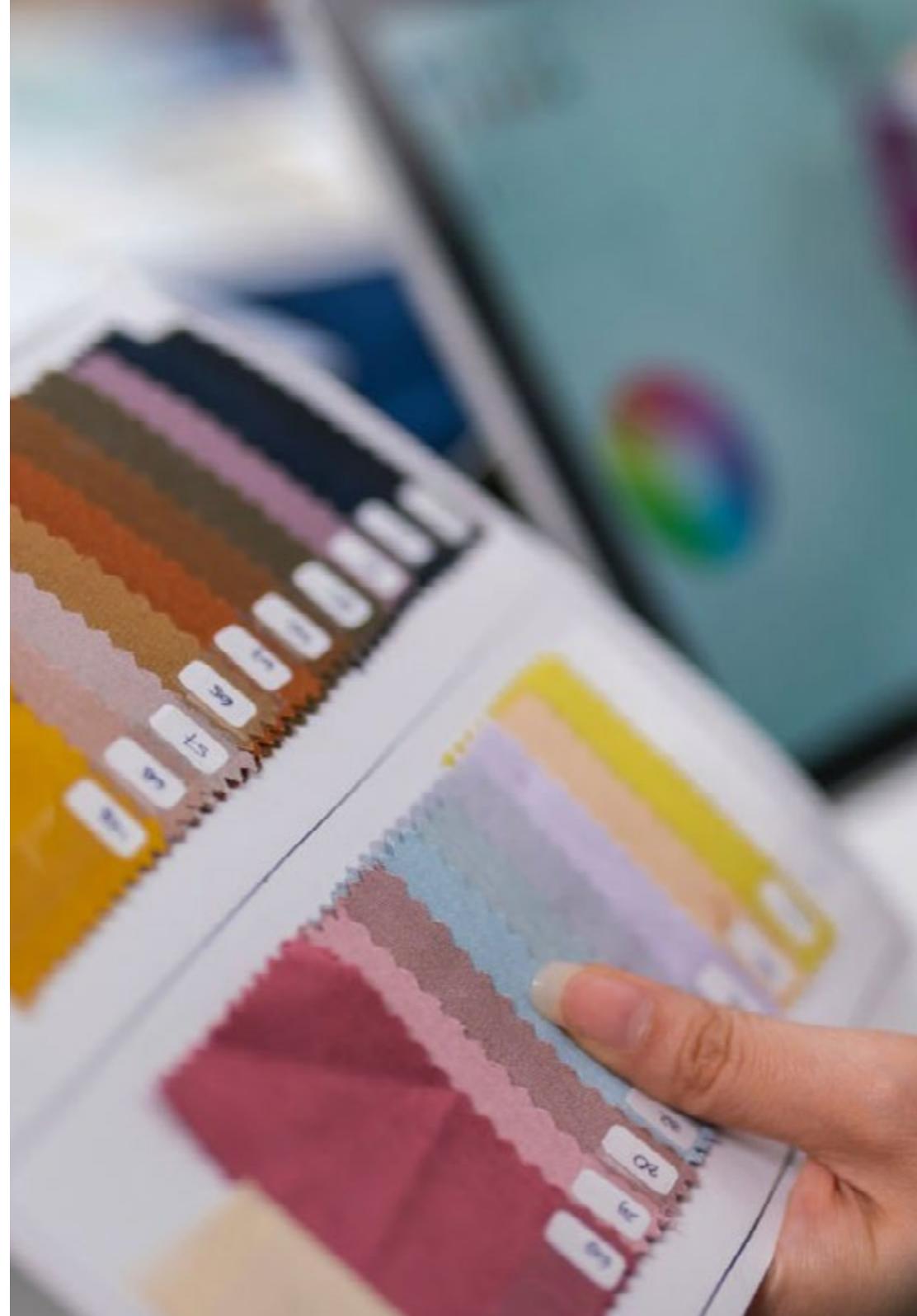
Manejarás las estrategias de Marketing más vanguardistas para aumentar la visibilidad de tus prendas a través de plataformas digitales como las redes sociales, logrando así un mayor alcance”

Perfil del egresado

Gracias a esta completísima titulación universitaria de TECH, el alumno se convertirá en un profesional con una sólida habilidad creativa y técnica. De este modo, será capaz de conceptualizar, diseñar y desarrollar colecciones de Moda innovadoras. En esta misma línea, los expertos destacarán por sus destrezas para investigar tendencias, utilizar herramientas digitales y aplicar técnicas de confección, así como por comunicar visualmente sus ideas de manera efectiva. Por lo tanto, los egresados podrán desempeñarse en áreas como la creación de prendas, la gestión de marcas, el Marketing de Moda y la Consultoría de estilo, aportando una visión estética y funcional en diversos contextos.

Brindarás un asesoramiento especializado a las empresas sobre estilismo, imagen personal y desarrollo de colecciones.

- ♦ **Pensamiento crítico:** Capacidad para analizar tendencias de Moda y evaluar la viabilidad de diseños, identificando patrones o estilos que resuenen con el público objetivo
- ♦ **Comunicación efectiva:** Habilidad para presentar conceptos de Diseño de manera clara y persuasiva, tanto en presentaciones orales como en documentos escritos. Esto implica adaptar el lenguaje y el enfoque según el público, ya sea en reuniones con clientes, exposiciones de Moda o colaboraciones con otros profesionales del sector
- ♦ **Resolución de problemas:** Competencia para enfrentar desafíos en el proceso de diseño, desde la conceptualización hasta la producción, como la capacidad de generar soluciones innovadoras ante limitaciones de recursos
- ♦ **Trabajo interdisciplinario:** Destreza para colaborar con profesionales de diversas áreas. Esto permite aplicar enfoques creativos y filosóficos en contextos variados, como la moda ética, la cultura visual y el impacto social de las tendencias



Después de realizar la Licenciatura Oficial Universitaria, los egresados podrán desempeñar sus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. Diseño y creación: Los alumnos tienen la oportunidad de desarrollar sus habilidades en un ámbito dinámico y creativo, donde podrán trabajar en el Diseño de prendas o accesorios.

- ♦ Diseñador de Moda
- ♦ Diseñador Textil
- ♦ Diseñador de Accesorios

2. Producción y Desarrollo: En este campo, los especialistas se involucran en la planificación, organización y supervisión de los procesos de producción, asegurando que se cumplan los estándares de calidad y sostenibilidad. Además, su cualificación les permite colaborar con equipos multidisciplinares, optimizando recursos y tiempos, lo que resulta fundamental para el éxito en la industria de la Moda.

- ♦ Patronista
- ♦ Jefe de Producto

3. Medios de comunicación: Los profesionales en Diseño de Modas tienen la posibilidad de incursionar en el ámbito de la Comunicación, donde usarán su creatividad y conocimientos para la creación de contenido visual atractivo.

- ♦ Redactor de Moda
- ♦ Fotógrafo de Moda
- ♦ *Community Manager* especializado en Moda y Estilismo

4. Servicios de consultoría: La cualificación integral de los especialistas les permite ofrecer asesoramiento especializado en tendencias, desarrollo de colecciones y estrategias de marca, ayudando a empresas y emprendedores a posicionarse en un mercado competitivo.

- ♦ Estilista de Moda
- ♦ Asesor de Imagen
- ♦ *Personal Shopper*
- ♦ *Coolhunter*
- ♦ Cazador de Tendencias

5. Gestión y Marketing: Los diseñadores de Moda son capaces de abordar la industria de la Moda desde una perspectiva empresarial, donde pueden desarrollar estrategias efectivas para posicionar marcas, diseñar campañas publicitarias y gestionar colecciones de manera eficiente.

- ♦ *Fashion Buyer*
- ♦ *Visual Merchandiser*
- ♦ *Product Manager*
- ♦ Especialista en *Merchandising*
- ♦ *Brand Manager*

Salidas académicas y de investigación

Además de todos los puestos laborales para los que el alumno será apto mediante el estudio de esta Licenciatura Oficial Universitaria de TECH, también podrá continuar con una sólida trayectoria académica e investigativa. Tras completar este programa universitario, estará listo para continuar con tus estudios desarrollando una Maestría Oficial Universitaria y así, progresivamente, alcanzar otros niveles y méritos científicos.

07

Idiomas gratuitos

Convencidos de que la formación en idiomas es fundamental en cualquier profesional para lograr una comunicación potente y eficaz, TECH ofrece un itinerario complementario al plan de estudios curricular, en el que el alumno, además de adquirir las competencias de la Licenciatura Oficial Universitaria, podrá aprender idiomas de un modo sencillo y práctico.

*Acredita tu
competencia
lingüística*



“

TECH te incluye el estudio de idiomas en la Licenciatura Oficial Universitaria de forma ilimitada y gratuita”

En el mundo competitivo actual, hablar otros idiomas forma parte clave de nuestra cultura moderna. Hoy en día, resulta imprescindible disponer de la capacidad de hablar y comprender otros idiomas, además de lograr un título oficial que acredite y reconozca las competencias lingüísticas adquiridas. De hecho, ya son muchos los colegios, las universidades y las empresas que solo aceptan a candidatos que certifican su nivel mediante un título oficial en base al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

El Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas es el máximo sistema oficial de reconocimiento y acreditación del nivel del alumno. Aunque existen otros sistemas de validación, estos proceden de instituciones privadas y, por tanto, no tienen validez oficial. El MCER establece un criterio único para determinar los distintos niveles de dificultad de los cursos y otorga los títulos reconocidos sobre el nivel de idioma que se posee.

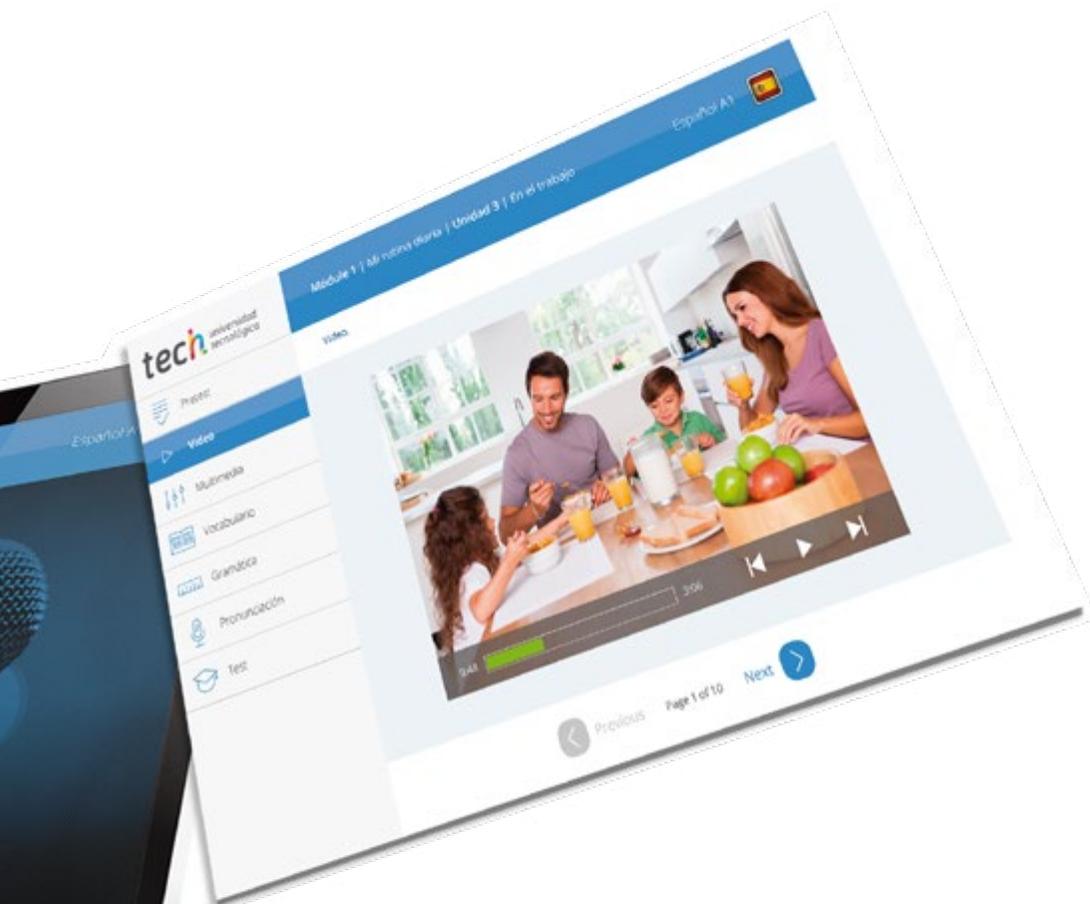
En TECH se ofrecen los únicos cursos intensivos de preparación para la obtención de certificaciones oficiales de nivel de idiomas, basados 100% en el MCER. Los 48 Cursos de Preparación de Nivel Idiomático que tiene la Escuela de Idiomas de TECH están desarrollados en base a las últimas tendencias metodológicas de aprendizaje en línea, el enfoque orientado a la acción y el enfoque de adquisición de competencia lingüística, con la finalidad de preparar los exámenes oficiales de certificación de nivel.

El estudiante aprenderá, mediante actividades en contextos reales, la resolución de situaciones cotidianas de comunicación en entornos simulados de aprendizaje y se enfrentará a simulacros de examen para la preparación de la prueba de certificación de nivel.

“

Solo el coste de los Cursos de Preparación de idiomas y los exámenes de certificación, que puedes llegar a hacer gratis, valen más de 3 veces el precio de la Licenciatura Oficial Universitaria”





TECH incorpora, como contenido extracurricular al plan de estudios oficial, la posibilidad de que el alumno estudie idiomas, seleccionando aquellos que más le interesen de entre la gran oferta disponible:

- Podrá elegir los Cursos de Preparación de Nivel de los idiomas y nivel que desee, de entre los disponibles en la Escuela de Idiomas de TECH, mientras estudie la Licenciatura Oficial Universitaria, para poder prepararse el examen de certificación de nivel
- En cada programa de idiomas tendrá acceso a todos los niveles MCER, desde el nivel A1 hasta el nivel C2
- Cada año podrá presentarse a un examen telepresencial de certificación de nivel, con un profesor nativo experto. Al terminar el examen, TECH le expedirá un certificado de nivel de idioma
- Estudiar idiomas NO aumentará el coste del programa. El estudio ilimitado y la certificación anual de cualquier idioma están incluidas en la Licenciatura Oficial Universitaria

“ 48 Cursos de Preparación de Nivel para la certificación oficial de 8 idiomas en los niveles MCER A1, A2, B1, B2, C1 y C2”



08

Máster Título Propio gratuito

Para TECH lo más importante es que sus estudiantes rentabilicen su carrera, y egresen con todas las posibilidades de desarrollo personal y futuro profesional. Por esta razón se incluye en la inscripción de la Licenciatura el estudio sin coste de un Máster.



“

*TECH te ofrece un máster propio gratuito
incluido en la matrícula de la Licenciatura”*

Los programas de Máster Título Propio de TECH Universidad, son programas de perfeccionamiento de posgrado con reconocimiento propio de la universidad a nivel internacional, de un año de duración y 1500 horas de reconocimiento. Su nivel de calidad es igual o mayor al de Maestría Oficial y permiten alcanzar un grado de conocimiento superior.

La orientación del máster propio al mercado laboral y la exigencia para recoger los últimos avances y tendencias en cada área, hacen de ellos programas de alto valor para las personas que deciden estudiar en la universidad con el fin de mejorar sus perspectivas de futuro profesional.

En la actualidad, TECH ofrece la mayor oferta de posgrado y formación continuada del mundo en español, por lo que el estudiante tiene la oportunidad de elegir el itinerario que más se ajuste a sus intereses y lograr dar un paso adelante en su carrera profesional. Además, podrá terminar la Licenciatura con una certificación de valor curricular superior, ya que al poder cursar el Máster Propio en el último año de carrera, podrá egresar de su estudio con el Título de Licenciatura más el certificado de Máster Propio.

El coste del máster propio incluido en la Licenciatura es de alto valor. Estudiando ambos TECH permite un ahorro de hasta el 60% del total invertido en el estudio. Ninguna otra universidad ofrece una propuesta tan potente y dirigida a la empleabilidad como esta.





Estudia un Máster Título Propio de TECH desde el último año de la Licenciatura en Filosofía:

- ♦ Solo por inscribirse en la licenciatura, TECH incluye sin costo cualquiera de los posgrados de máster propio del área de conocimiento que elija
- ♦ TECH tiene la mayor oferta de posgrado del mundo en español sobre la que el estudiante podrá elegir el suyo para orientarse laboralmente antes de terminar la Licenciatura
- ♦ Podrá estudiar simultáneamente las asignaturas del último año de la licenciatura y los contenidos del máster propio para egresar con el título y la certificación de máster
- ♦ Estudiar el posgrado NO aumentará el coste de la colegiatura. El estudio y certificación del máster propio, está incluido en el precio de la Licenciatura

“

Podrás elegir tu máster propio de la oferta de posgrado y formación continuada mayor del mundo en español”

09

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.

*Excelencia.
Flexibilidad.
Vanguardia.*



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

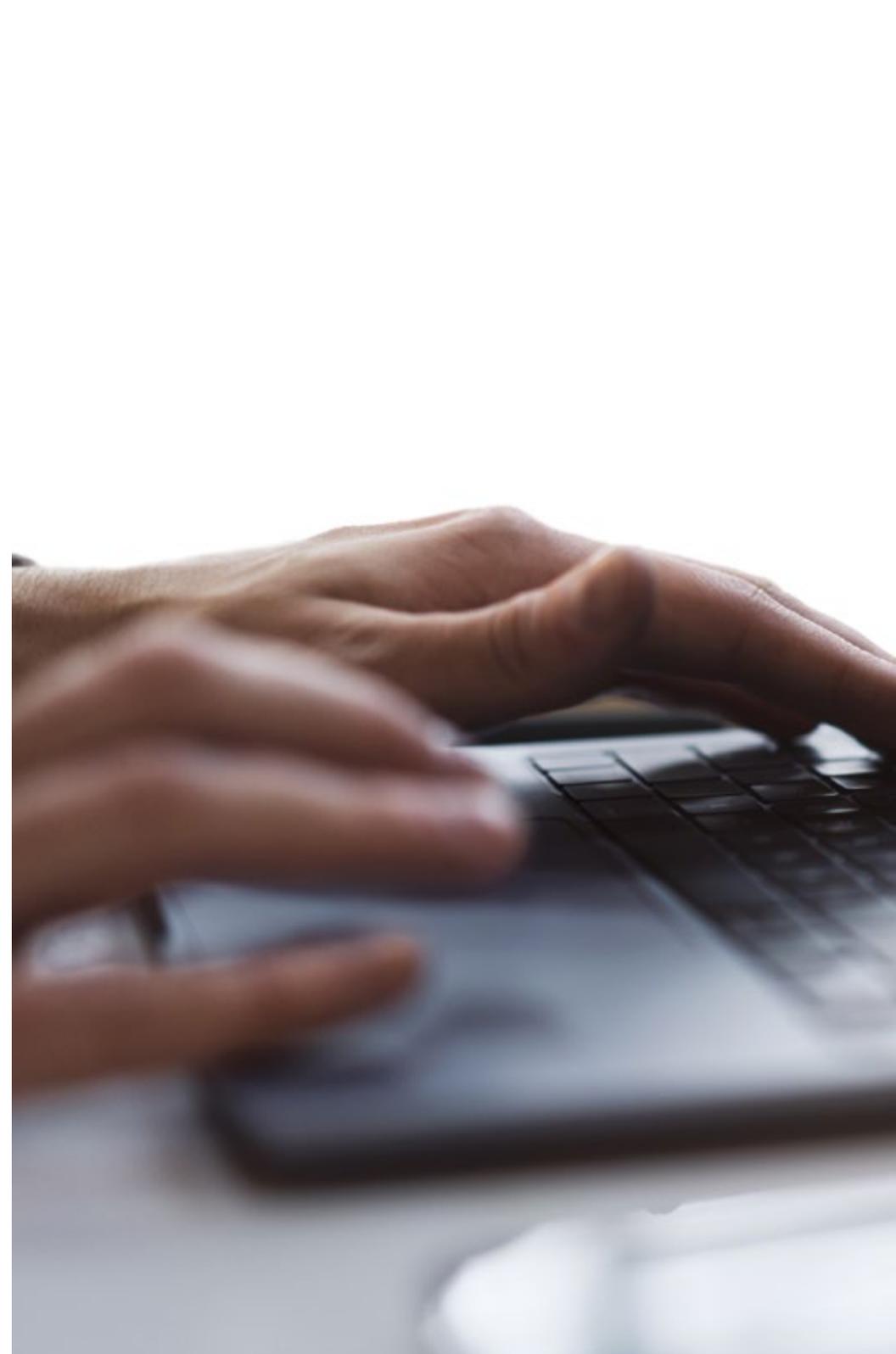
El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás 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.



Resúmenes interactivos

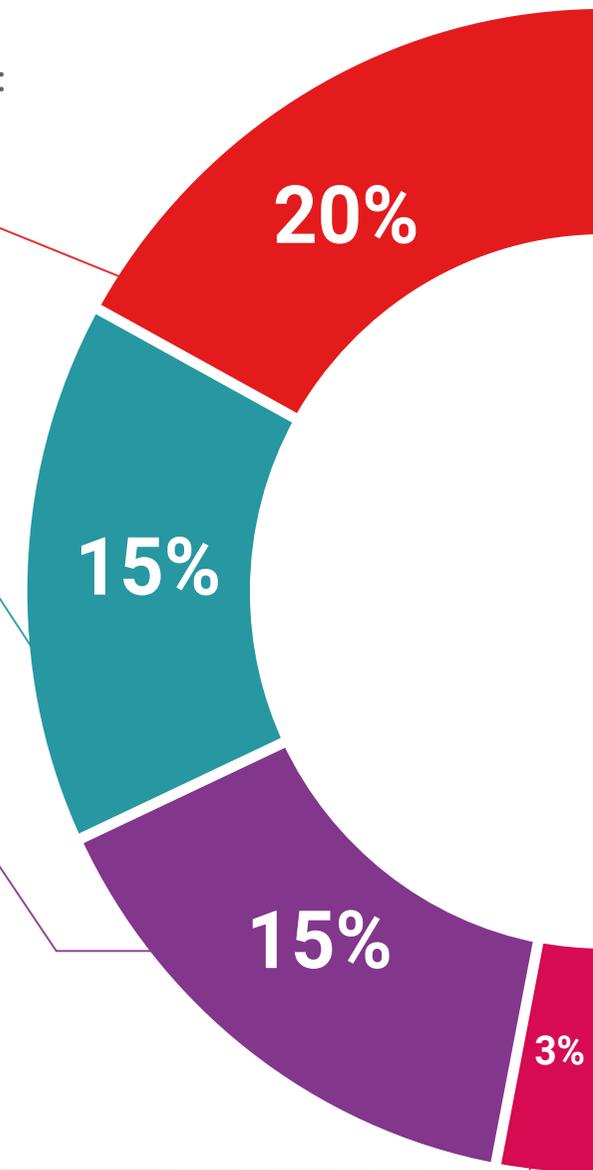
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

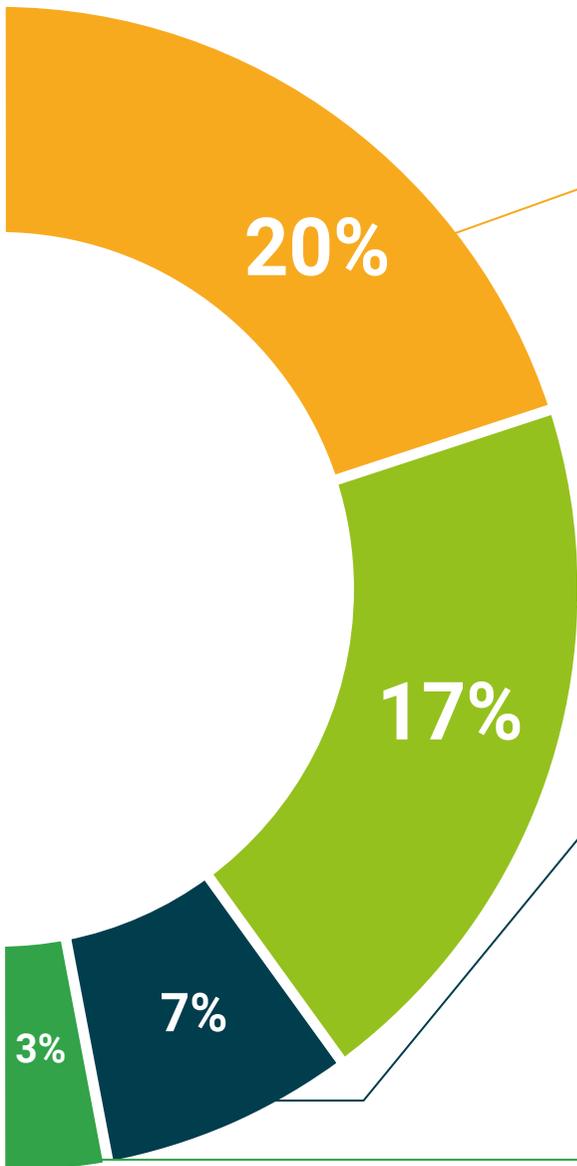
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



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 nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



10

Titulación

La Licenciatura Oficial Universitaria en Diseño de Modas es un programa ofrecido por TECH Universidad que cuenta con Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE), otorgado por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y, por tanto, tiene validez oficial en México.



“

Obtén un título oficial de Licenciatura en Filosofía y da un paso adelante en tu carrera profesional”

El plan de estudios de esta Licenciatura Oficial Universitaria en Diseño de Modas se encuentra incorporado a la Secretaría de Educación Pública y al Sistema Educativo Nacional mexicano, mediante número de RVOE 20230352, de fecha 13/02/2023, en modalidad no escolarizada. Otorgado por la Dirección de Instituciones Particulares de Educación Superior (DIPES).

Al documento oficial de RVOE expedido por el SEP se puede acceder desde el siguiente enlace:



[Ver documento RVOE](#)



Supera con éxito este programa y recibe tu titulación oficial para ejercer con total garantía en un campo profesional exigente como la Filosofía”

Este título permitirá al alumno desempeñar las funciones profesionales al más alto nivel y su reconocimiento académico asegura que la formación cumple con los estándares de calidad y exigencia académica establecidos en México y a nivel internacional, garantizando la validez, pertinencia y competitividad de los conocimientos adquiridos para ponerlos en práctica en el entorno laboral.

Además, de obtener el título de Licenciatura Oficial Universitaria con el que podrá optar a puestos bien remunerados y de responsabilidad como profesional, este programa **permitirá al alumno el acceso a los estudios de nivel de Maestría Oficial Universitaria** con el que progresar en la carrera académica.

Título: **Licenciatura en Diseño de Modas**

No. de RVOE: **20230352**

Fecha de vigencia RVOE: **13/02/2023**

Modalidad: **100% online**

Duración: **3 años y 4 meses**

11

Homologación del título

Para que el título universitario obtenido, tras finalizar la **Licenciatura Oficial Universitaria en Diseño de Modas**, tenga validez oficial en cualquier país, se deberá realizar un trámite específico de reconocimiento del título en la Administración correspondiente. TECH facilitará al egresado toda la documentación necesaria para tramitar su expediente con éxito.





Tras finalizar este programa recibirás un título académico oficial con validez internacional"

Cualquier estudiante interesado en tramitar el reconocimiento oficial del título de **Licenciatura Oficial Universitaria en Diseño de Modas** en un país diferente a México, necesitará la documentación académica y el título emitido con la Apostilla de la Haya, que podrá solicitar al departamento de Servicios Escolares a través de correo electrónico: homologacion@techtitute.com.

La Apostilla de la Haya otorgará validez internacional a la documentación y permitirá su uso ante los diferentes organismos oficiales en cualquier país.

Una vez el egresado reciba su documentación deberá realizar el trámite correspondiente, siguiendo las indicaciones del ente regulador de la Educación Superior en su país. Para ello, TECH facilitará en el portal web una guía que le ayudará en la preparación de la documentación y el trámite de reconocimiento en cada país.

Con TECH podrás hacer válido tu título oficial de Licenciatura en cualquier país.





El trámite de homologación permitirá que los estudios realizados en TECH tengan validez oficial en el país de elección, considerando el título del mismo modo que si el estudiante hubiera estudiado allí. Esto le confiere un valor internacional del que podrá beneficiarse el egresado una vez haya superado el programa y realice adecuadamente el trámite.

El equipo de TECH le acompañará durante todo el proceso, facilitándole toda la documentación necesaria y asesorándole en cada paso hasta que logre una resolución positiva.

El procedimiento y la homologación efectiva en cada caso dependerá del marco normativo del país donde se requiera validar el título.

“

El equipo de TECH te acompañará paso a paso en la realización del trámite para lograr la validez oficial internacional de tu título”

Requisitos de acceso

La **Licenciatura Oficial Universitaria en Diseño de Modas** de TECH cuenta con el Registro de Validez Oficial de Estudios (RVOE) emitido por la Secretaría de Educación Pública (SEP). En consonancia con esa acreditación, los requisitos de acceso del programa académico se establecen en conformidad con lo exigido por la Ley General de Educación y la Ley General de Educación Superior vigentes.



“

Ayudándote desde el inicio, TECH ofrece el procedimiento de admisión más sencillo y rápido de todas las universidades en línea del país”

La normativa establece que para inscribirse en esta **Licenciatura Oficial Universitaria en Diseño de Modas** con RVOE, es imprescindible cumplir con un perfil académico de ingreso específico. Los estudiantes interesados en acceder al programa de Licenciatura deberán contar con la documentación que acredite haber concluido previamente sus estudios de Bachillerato o de nivel equivalente.

Aquellos que no cumplan con este requisito o no puedan presentar la documentación requerida en tiempo y forma, no podrán acceder a la Licenciatura.

Para ampliar la información de los requisitos de acceso al programa y resolver cualquier duda que surja al candidato, podrá ponerse en contacto con el equipo de TECH en la dirección de correo electrónico: requisitosdeacceso@techtitute.com.

Consigue ahora plaza en esta Licenciatura Oficial Universitaria de TECH si cumples con alguno de sus requisitos de acceso.





“

Si cumples con el perfil académico de ingreso de este programa con RVOE, contacta ahora con el equipo de TECH y da un paso definitivo para impulsar tu carrera”

13

Proceso de admisión

El proceso de admisión de TECH es el más simple de todas las universidades online. Se podrá comenzar el programa sin trámites ni esperas: el alumno empezará a preparar la documentación y podrá entregarla más adelante, sin prisas ni complicaciones. Lo más importante para TECH es que los procesos administrativos sean sencillos y no ocasionen retrasos, ni incomodidades.





“

TECH ofrece el procedimiento de admisión a los estudios de Licenciatura Oficial Universitaria más sencillo y rápido de todas las universidades virtuales”

Para TECH lo más importante en el inicio de la relación académica con el alumno es que esté centrado en el proceso de enseñanza, sin demoras ni preocupaciones relacionadas con el trámite administrativo. Por ello, se ha creado un procedimiento más cómodo en el que podrá enfocarse desde el primer momento a su formación, contando con un plazo de tiempo para la entrega de la documentación pertinente.

Los pasos para la admisión son simples:

1. Facilitar los datos personales al asesor académico para realizar la inscripción.
2. Recibir un email en el correo electrónico en el que se accederá a la página segura de TECH y aceptar las políticas de privacidad y las condiciones de contratación e introducir los datos de tarjeta bancaria.
3. Recibir un nuevo email de confirmación y las credenciales de acceso al campus virtual.
4. Comenzar el programa en la fecha de inicio oficial.

De esta manera, el estudiante podrá incorporarse a la Licenciatura Oficial Universitaria sin esperas. De forma posterior se le informará del momento en el que se podrán ir enviando los documentos, a través del campus virtual, de manera muy cómoda y rápida. Solo se deberán subir al sistema para considerarse enviados, sin traslados ni pérdidas de tiempo.

Todos los documentos facilitados deberán ser rigurosamente válidos y estar vigentes en el momento de subirlos.

Los documentos necesarios que deberán tenerse preparados con calidad suficiente para cargarlos en el campus virtual son:

- Copia digitalizada del documento que ampare la identidad legal del alumno (Pasaporte, acta de nacimiento, carta de naturalización, acta de reconocimiento o acta de adopción)
- Copia digitalizada de la Clave Única de Registro de Población (CURP)
- Copia digitalizada de Certificado de Estudios Totales de Bachillerato legalizado

Para resolver cualquier duda que surja el estudiante podrá dirigirse a su asesor académico, con gusto le atenderá en todo lo que necesite. En caso de requerir más información, puede ponerse en contacto con procesodeadmision@techtute.com.

Este procedimiento de acceso te ayudará a iniciar tu Licenciatura Oficial Universitaria cuanto antes, sin trámites ni demoras.



Nº de RVOE: 20230352

Licenciatura Oficial
Universitaria
Diseño de Modas

Idioma: **Español**

Modalidad: **100% online**

Duración: **3 años y 4 meses**

Fecha de vigencia RVOE: **13/02/2023**

Licenciatura Oficial Universitaria Diseño de Modas

Nº de RVOE: 20230352

RVOE

EDUCACIÓN SUPERIOR

tech
universidad