

# Mestrado Próprio

## Design de Moda





## Mestrado Próprio

### Design de Moda

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 60 ECTS
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: [www.techtute.com/pt/design/mestrado-proprio/mestrado-proprio-design-moda](http://www.techtute.com/pt/design/mestrado-proprio/mestrado-proprio-design-moda)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Competências

---

*pág. 12*

04

Direção do curso

---

*pág. 16*

05

Estrutura e conteúdo

---

*pág. 22*

06

Metodologia

---

*pág. 32*

07

Certificação

---

*pág. 40*

# 01

# Apresentação

Na sociedade atual, o setor da moda está a tornar-se cada vez mais importante e a ter uma influência considerável no modo de vida das pessoas. O culto da imagem e a possibilidade de acesso a vestuário *prêt-à-porter* e de baixo custo favoreceram o aumento do consumo, razão pela qual é necessário o surgimento de novos estilistas dispostos a adaptar-se a um mercado em constante evolução e a criar tendências inovadoras adaptadas às exigências dos clientes. Este programa visa oferecer aos estudantes conhecimentos especializados sobre *design* de moda, com os quais podem aumentar as suas competências e tornar-se nos grandes referentes do setor, cujas coleções podem ser vistas nas principais passarelas internacionais.





“

*Está apenas a um passo de mostrar as suas coleções em Londres, Paris ou Nova Iorque. Inscreva-se neste programa e desenvolva as competências para o conseguir”*

O *design* da moda tem evoluído a passos largos nas últimas décadas. Os avanços tecnológicos, o acesso a mais informação e as próprias mudanças nos hábitos e estilos de vida dos consumidores aumentaram as exigências dos clientes, que exigem peças de vestuário e acessórios de alta qualidade a preços acessíveis. Mas estes requisitos incluem também um compromisso com a inovação, a criação de tendências e mesmo a utilização de materiais cada vez mais sustentáveis.

Além disso, a nova sociedade mudou o seu foco do ambiente digital para o desenvolvimento de ferramentas e realidades virtuais alternativas do ponto de vista da sustentabilidade e inovação. As aplicações na realidade aumentada e os sistemas de *design* 3D já não são uma opção relacionada com o jogo, mas fazem parte da vida quotidiana, tornando-se o modelo de negócio para o futuro do setor. Tudo isto significa que o *designer* deixou de ser um criador de vestuário para se tornar um profissional multidisciplinar, que deve ter um amplo conhecimento da indústria da moda em geral e que deve ser capaz de controlar todas as fases do processo.

Este Mestrado Próprio em Design de Moda é dirigido a todos aqueles que querem desenvolver-se nesta disciplina desde uma perspectiva ágil e atual, orientada para a adaptação à mudança, tanto no campo da identidade visual e da produção da coleção, como na utilização de novos materiais e tecnologias que estão a transformar o mundo. Um programa concebido com o objetivo principal de favorecer o seu crescimento profissional, orientando-os para a excelência.

Uma das principais vantagens deste programa é que é oferecido num formato 100% *online*, pelo que será o próprio estudante a planear os seus estudos, escolhendo o local e o horário que melhor lhes convier. Desta forma, poderá continuar com a sua formação enquanto cumpre o resto das suas obrigações diárias, sejam elas laborais ou pessoais.

Este **Mestrado Próprio em Design de Moda** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em moda
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático com o qual está concebido oferece informações práticas sobre as disciplinas que são indispensáveis para a prática profissional
- ◆ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação pode ser levado a cabo a fim de melhorar a aprendizagem
- ◆ O seu foco especial em metodologias inovadoras de *Design* de Moda
- ◆ Lições teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre questões controversas e trabalhos de reflexão individual
- ◆ A disponibilidade de acesso ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à *internet*



*Se deseja que as suas coleções sejam tão reconhecidas como as de Giorgio Armani ou Tom Ford, tudo o que tem de fazer é esforçar-se para melhorar as suas competências com este programa"*

“

*A TECH dá-lhe a oportunidade de adquirir uma maior especialização em design de moda através de uma metodologia 100% online, essencial para combinar os seus estudos com o resto das suas obrigações”*

O seu corpo docente inclui profissionais da área da moda, que trazem a sua experiência de trabalho para este programa, bem como especialistas reconhecidos de sociedades de referência e universidades de prestígio.

Graças ao seu conteúdo multimédia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, o profissional terá acesso a uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente de simulação que proporcionará um estudo imersivo programado para se formar em situações reais.

A concepção deste programa baseia-se na Aprendizagem Baseada nos Problemas, através da qual o instrutor deve tentar resolver as diferentes situações da atividade profissional que surgem ao longo do curso académico. Para tal, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo desenvolvido por especialistas reconhecidos.

*A moda está em constante evolução, pelo que os seus desenhos devem acompanhar as mudanças da sociedade e os estilos de vida.*

*Sempre sonhou em desenhar os fatos para os melhores filmes de Hollywood? Graças a este programa, estará mais perto de o conseguir.*



# 02

## Objetivos

O *design* de moda é um setor em expansão, pelo que estão sempre a surgir novos programas que procuram especializar os estudantes neste setor. No entanto, este Mestrado Próprio da TECH Global University vai um passo mais além e visa transformar os estudantes em *designers* de sucesso, que sejam capazes de levar as suas coleções para as principais passarelas internacionais, influenciando os hábitos de compra dos clientes.





“

*Crie as próximas tendências da moda e influencie o estilo dos cidadãos com os seus desenhos”*



## Objetivos gerais

---

- ◆ Desenvolver competências virtuais para o novo mundo da moda, lidando com os códigos atuais e fomentando um espírito criativo e artístico
- ◆ Elaborar um projeto de *design* profissional com capacidade de repercussão global baseado nas novas oportunidades
- ◆ Conceber com consciência da utilização dos materiais, graças a um conhecimento aprofundado sobre a utilização de tecidos
- ◆ Ter agilidade e flexibilidade para enfrentar as mudanças com uma perspectiva interdisciplinar
- ◆ Concretizar a ligação entre o mundo imaginário e o mundo real



*Trabalhe com os designers mais importantes da atualidade graças à especialização que a TECH lhe oferece com este programa"*



## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. *Design* estrutural e de moda integral

- ◆ Conceber ideias e representá-las de uma forma visual
- ◆ Conhecer minuciosamente a estrutura da figura humana, de modo a transmitir a função da peça de roupa
- ◆ Saber lidar com técnicas tradicionais, juntamente com as ferramentas tecnológicas que permitem esboçar um padrão quase sem ter noções gráficas

### Módulo 2. O produto têxtil

- ◆ Estudar detalhadamente a estrutura da silhueta e as medições
- ◆ Conhecer as noções básicas do *design* de vestuário e acessórios
- ◆ Realizar os testes dos produtos concebidos

### Módulo 3. O *design* de joias e acessórios

- ◆ Concetualizar e conceber uma coleção de acessórios a nível profissional, assegurando a sua viabilidade
- ◆ Desenvolver uma padronização técnica e artesanal, prestando especial atenção à escolha de materiais
- ◆ Obter conhecimentos especializados sobre gemas e pedras preciosas, mas também sobre ferramentas digitais específicas ao setor

### Módulo 4. Indumentária de vestuário especial

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

**Módulo 5. Design CLO Virtual Fashion**

- ◆ Utilizar diferentes ferramentas de *design* 2D e 3D
- ◆ Conhecer em profundidade e conseguir trabalhar no programa CLO Virtual Fashion
- ◆ Saber desenhar vestuário digital para videogames

**Módulo 6. Estilismo e tendências na moda**

- ◆ Saber elaborar um relatório de tendências preditivas que minimize os riscos e otimize os recursos dos *designers*
- ◆ Conhecer as novas tendências de moda e os estilos de vida dos consumidores para criar *designs* que despertem interesse

**Módulo 7. A identidade visual = UX + branding**

- ◆ Desenvolver a criatividade artística através da análise científica de dados
- ◆ Aprender a pensar a partir do questionamento e da análise das variáveis adequadas à moda
- ◆ Prever tendências de moda, identificando padrões de comportamento, construindo sequências de factos e traduzindo-os num esquema de representação
- ◆ Dominar as principais ferramentas e programas de *data science*, compreendendo o que é e para que serve a inteligência artificial, bem como quando a aplicar
- ◆ Compreender o funcionamento as linguagens de programação e familiarizar-se com as mesmas
- ◆ Desenvolver o uso e a prática das principais ferramentas tecnológicas de marketing digital de moda, aplicando métricas essenciais e específicas que permitam avaliar a tomada de decisões num departamento de inovação
- ◆ Construir uma identidade representativa do crescimento exponencial de uma marca de moda através da criação de uma história de vida
- ◆ Replicar o funcionamento das ferramentas tecnológicas na maioria dos setores de moda: cosmética, joalharia, vestuário e calçado

**Módulo 8. Comercialização da coleção**

- ◆ Ser capaz de projetar uma imagem adequada à marca ou coleção
- ◆ Apresentar as coleções ao público de uma forma atrativa e coerente
- ◆ Saber coordenar eventos de moda e fomentar o uso de vestuário sustentável

**Módulo 9. Gestão de compras de moda**

- ◆ Aprender a gerir cada um dos processos de comercialização de uma peça
- ◆ Realizar uma análise exaustiva que ajude a compreender os motivos de compra do cliente
- ◆ Armazenar os produtos mais vendidos antes que o *stock* se esgote
- ◆ Dominar as ferramentas tecnológicas que são a base de *big data* e que lhe permitirão obter uma vantagem sobre os seus concorrentes, reduzindo os prazos

**Módulo 10. Oficina de empreendedorismo e gestão criativa**

- ◆ Conceber ideias de sucesso com uma proposta de valor diferencial através dos diferentes modelos de negócio que existem na moda
- ◆ Desenvolver a capacidade de análise e uma visão do mercado capaz de construir um ecossistema de marca consistente e duradouro
- ◆ Comercializar o valor diferencial de uma marca de moda, graças ao desenvolvimento de uma atitude criativa e inovadora
- ◆ Trazer novas perspetivas para o mercado internacional do *design* com uma visão futura
- ◆ Aplicar o pensamento reflexivo a ações concretas e fazer da criatividade um valor transformador que guie a mudança atual

# 03

## Competências

Com a conclusão deste Mestrado Próprio em Design de Moda da TECH Universidad Tecnológica, os estudantes adquirirão um nível superior de competência que lhes permitirá desenvolver com sucesso o *design* e a criação das suas próprias coleções, mas também serão capazes de lidar com as diferentes ferramentas digitais do setor, utilizar técnicas de marketing para posicionar a sua marca ou mesmo controlar todo o processo de comercialização dos seus produtos. Sem dúvida, um programa que marcará um antes e um depois na sua capacitação.



“

*Pode ser o próximo referente da moda,  
apenas ao fazer um esforço para aprender  
tudo relacionado com o setor”*



## Competências gerais

---

- ◆ Desenvolver as competências necessárias para ser bem sucedido no *design* de moda
- ◆ Liderar projetos de sucesso que sejam procurados pelo público
- ◆ Criar coleções que ressaltem nas principais passarelas internacionais
- ◆ Obter uma visão geral do setor que lhe permita ser mais competitivo

“

*Após completar este Mestrado Próprio na TECH, desenvolverá as competências necessárias para ter sucesso num setor no auge”*





## Competências específicas

---

- ◆ Conhecer detalhadamente todas as fases do *design* de moda para conseguir com que o produto final seja um sucesso
- ◆ Ter um pensamento crítico sobre a cultura de moda atual
- ◆ Aplicar as técnicas e os materiais mais sustentáveis para criar *designs* adaptados às exigências da sociedade atual
- ◆ Utilizar as principais técnicas e tecnologias têxteis para criar peças de vestuário de qualidade
- ◆ Controlar todas as fases da comercialização de uma peça de roupa
- ◆ Coordenar e orientar passarelas de moda
- ◆ Desenvolver uma marca de moda que seja bem sucedida no mercado
- ◆ Aplicar técnicas de *marketing* que favoreçam o posicionamento e uma maior notoriedade da marca
- ◆ Conhecer as tendências atuais do setor de moda e criar coleções que se tornarão obrigatórias durante a estação
- ◆ Trabalhar confiantemente no programa CLO *Virtual Fashion*, fundamental para a criação de peças de vestuário para a indústria dos videogames
- ◆ Conceber joias e outros acessórios que adquiram a admiração do público

# 04

## Direção do curso

O Mestrado Próprio em Design de Moda da TECH Global University foi desenvolvido por uma equipa docente de primeira classe. Especialistas em diferentes ramos da indústria da moda que compreendem a necessidade de oferecer aos estudantes conhecimentos especializados e de qualidade, a fim de alcançar profissionais altamente qualificados, capazes de compreender as tendências atuais e de lidar com as principais técnicas e metodologias apropriadas para este setor.





“

*Aprenda com os melhores especialistas do setor e seja capaz de desenhar as suas próprias coleções”*

## Direção



### Sra. María García Barriga

- Mais de 15 anos de experiência em criação de conteúdos de diversos tipos: logística e distribuição, moda e literatura ou conservação do património artístico
- Trabalhou nos principais meios de comunicação social, como a RTVE e a Telemadrid
- Licenciado em Ciências da Informação pela UCM
- Pós-graduação em Marketing e Comunicação em Empresas de Moda e Luxo pela UCM
- MBA do ISEM Fashion Business School, a Escola de Negócios da Moda da Universidade de Navarra
- Candidata ao Doutoramento em Criação de Tendências de Moda
- Autora de "El patrón de la eternidad: creación de una identidad en espiral para la automatización de tendencias de moda"

## Professores

### Sr. Juan Carlos Pereira Paz

- ♦ *Designer* e diretor do projeto DAB (Design e Autores bolivianos)
- ♦ Responsável pela área criativa e pela internacionalização da sua marca, Juan de la Paz
- ♦ Especializado em Comunicação e Marketing de Moda
- ♦ Aparições em revistas de moda e cultura em todo o mundo, tais como Vogue Rússia, Harpers Bazaar Russia, L'Officiel Italy, L'Officiel Arabia, Vogue Itália, Vogue México, Elle China, L'Officiel Argentina, entre outros, tanto em edições digitais como impressas

### Sr. Javier Holgueras

- ♦ Gestor e analista de mercados na sede principal da Apple na Irlanda
- ♦ Professor do sistema de Marketing Mix Modelling, que implementou na empresa Kellogg's, em Espanha.
- ♦ Licenciatura em Economia
- ♦ Mestrado em Big Data e Análise de Negócios



### Sra. Elisa García Barriga

- ◆ Dinamizadora e *Gestora Comunitária* de uma empresa de cosmética dedicada ao fabrico de sabonetes naturais
- ◆ Responsável pela realização de diferentes campanhas levadas a cabo pela Cosmética Natural El Sapo
- ◆ Consultora de imagem e fotografia para escolas privadas em toda a Espanha
- ◆ Fotógrafa especializada em impressão 3D e meios de comunicação social, linguagem não verbal e criação de ambientes para fotografia escolar
- ◆ Licenciada em Ensino

### Sra. Begoña Romero Monente

- ◆ Mentora e coach pessoal para empreendedores
- ◆ Palestrante e docente em vários cursos de *Gestão de Retalho*, Marketing Digital e Gestão de Pessoas
- ◆ Diretora Geral da agência Young Promotion, onde criou o serviço *Personal Shopper* nos aeroportos espanhóis e se especializou na execução de campanhas publicitárias nas lojas Duty Free, com contas como AENA, Dufry, L'Oréal, Diageo, Philip Morris, Montblanc, etc.
- ◆ Coordenadora na Airport Promotion Agencies Association
- ◆ Locutora, redatora e responsável de comunicações para vários meios de comunicação *online* e *offline*
- ◆ Licenciada em Jornalismo pela Universidade de Málaga
- ◆ Licenciatura em Publicidade e Relações Públicas pela Universitat Oberta de Catalunya
- ◆ Mestrado pela ISEM Fashion Business School da Universidade de Navarra
- ◆ Formadora certificada na Escola Europeia de Coaching

### Sra. Susana Vela Covisa

- ◆ Diretora da agência Polka Press Comunicación
- ◆ Fundadora e diretora da passarela Atelier Couture
- ◆ Dinamizadora e coordenadora do espaço Sustainable Experience de MOMAD
- ◆ Docente e tutora em diferentes Universidades, Escolas de Negócios e Centros de Formação, tais como o IED, a Universidade Francisco de Vitoria, a Escola de Marketing de Madrid e a ELLE Fashion School
- ◆ Mais de 30 anos de experiência como responsável por diferentes departamentos de moda, especialmente no departamento de comunicação de várias marcas, gabinetes de imprensa, agências, projetos de moda, feiras e passarelas internacionais, bem como na organização de eventos no setor
- ◆ Técnica Superior de Moda
- ◆ Formação adicional em Moda Sustentável, especializada em Ecodesign, Moda e Comunicação

### Sra. Florencia Rodríguez Flomenboim

- ◆ Consultora de imagem e responsável pela gestão de salas de exposição e pela implementação de *lojas conceituais*
- ◆ Produtora e editora de moda em diferentes editoriais, agências e marcas
- ◆ Criativa cénica de diferentes obras teatrais, centrando-se no simbolismo da imagem
- ◆ Licenciada em Artes Cénicas pela ESAD em Múrcia
- ◆ Especializada em criação artística e análise de tendências de moda
- ◆ Licenciada em Relações Internacionais pelo ITC Sraffa em Milão
- ◆ Mestre em Produção de Moda Editorial e Design de Moda pela American Modern School of Design em Buenos Aires, Argentina





#### **Sra. Mari Carmen Miñana Grau**

- ◆ *Designer* freelancer na Petite Antoinette
- ◆ Cofundadora da marca @TheIraMare, especializada na conceção de cachecóis e acessórios
- ◆ *Designer* em diferentes passarelas
- ◆ Licenciada em Design de Moda na Barreira Arte y Design
- ◆ Licenciada em Design de Moda e Estilismo de Indumentária na Barreira Arte y Design
- ◆ Licenciada em Design de chapéus e acessórios na Barreira Arte y Design
- ◆ Curso de Tecnologia de Confeção
- ◆ Curso de padronização, corte e corte de indumentária valenciana

#### **Sra. Daniela Anguiano**

- ◆ *Designer* e gráfica e de moda, e criadora de conteúdos
- ◆ *Designer* gráfica, *gestora de comunidade* e criadora de conteúdos Associação entre Mulheres e Soulem, Madrid
- ◆ *Designer* e gráfica. Fasrev. Equipa Internacional
- ◆ *Designer* e gráfica para o *designer* Fernando Claro Madrid
- ◆ Fundadora e diretora artística. Pipper's Design. Madrid
- ◆ *Designer* têxtil. Bebé Zanell
- ◆ *Designer* Têxtil e de moda. Universidade de Palermo, Buenos Aires, Argentina.
- ◆ Curso de Produção de Moda. EBA, Buenos Aires, Argentina
- ◆ Curso Elle Education na Branded Content Creator. Mindway, Madrid

# 05

## Estrutura e conteúdo

Este Mestrado Próprio em Design de Moda foi estruturado tendo em mente as necessidades académicas dos profissionais do setor que procurem melhorar as suas competências neste campo enquanto prosseguem com as suas obrigações de trabalho. Assim, através de um formato 100% *online*, é-lhes oferecida a possibilidade de aprenderem sobre diferentes tópicos, tais como produtos têxteis, acessórios e joalheria, vestuário especial, tendências de moda ou ferramentas digitais mais atuais para esta área de atuação.





“

*Crie vestuário e acessórios sustentáveis e comprometa-se com o desenvolvimento de uma indústria da moda amiga do ambiente”*

## Módulo 1. Design estrutural e de moda integral

- 1.1. Desenho expressivo
  - 1.1.1. Estrutura anatômica do corpo humano
  - 1.1.2. Espaço tridimensional
  - 1.1.3. Perspetiva e análise Matriz
- 1.2. Semiótica visual
  - 1.2.1. Cor e luz em formas tridimensionais
  - 1.2.2. Contorno e sombreado
  - 1.2.3. O movimento das peças de vestuário na anatomia feminina e masculina
- 1.3. Composição I
  - 1.3.1. Volume
  - 1.3.2. Silhueta feminina e silhueta masculina
  - 1.3.3. Forma e forma negativa
- 1.4. Composição II
  - 1.4.1. Simetria e assimetria
  - 1.4.2. Construção e desconstrução
  - 1.4.3. Drapeados e enfeites de joias
- 1.5. Ferramentas de representação
  - 1.5.1. Esboço geométrico
  - 1.5.2. Técnicas de *rapid sketching* e veneno
  - 1.5.3. Canva
- 1.6. Metodologia do desenho
  - 1.6.1. *Design* assistido por computador
  - 1.6.2. CAD/CAM: protótipos
  - 1.6.3. Produtos acabados e tiragens de produção
- 1.7. Personalização e transformação do vestuário
  - 1.7.1. Corte, montagem e acabamento
  - 1.7.2. Adaptações de padrões
  - 1.7.3. Personalizações de peças de vestuário
- 1.8. *Packaging*
  - 1.8.1. Embalagem como extensão do *branding*
  - 1.8.2. *Packaging* sustentável
  - 1.8.3. Personalização automatizada

- 1.9. *Design atômico*
  - 1.9.1. Componentes do sistema
  - 1.9.2. Modelos
  - 1.9.3. Tipologia de *websites de design*
- 1.10. *Design de aplicação*
  - 1.10.1. Técnicas de ilustração móvel
  - 1.10.2. Ferramentas de *design* integral: prociar
  - 1.10.3. Ferramentas de apoio: Pantone Studio

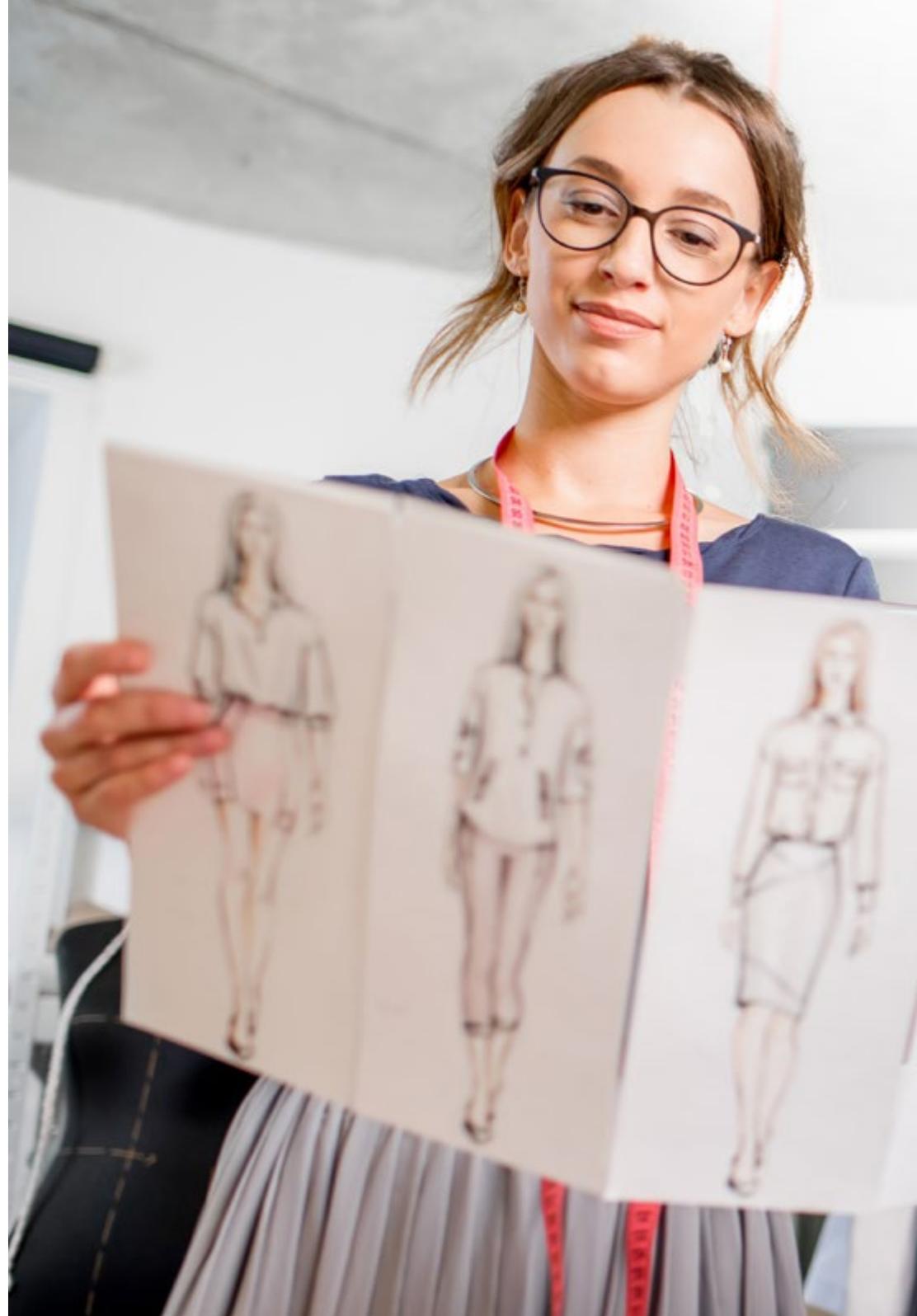
## Módulo 2. O produto têxtil

- 2.1. Antropologia do *design*
  - 2.1.1. A transformação do vestuário em peças desportivas
  - 2.1.2. Pensamento visual: retórica e linguagem
  - 2.1.3. A artificialização de produtos na indústria da moda
- 2.2. O género na conceção de produtos
  - 2.2.1. Vestuário feminino
  - 2.2.2. O traje masculino
  - 2.2.3. A hibridização das peças de vestuário de moda
- 2.3. Conceção de acessórios
  - 2.3.1. O couro e os materiais sintéticos
  - 2.3.2. A joalheria
  - 2.3.3. O calçado
- 2.4. Conceção do produto
  - 2.4.1. Criação de protótipos
  - 2.4.2. O ambiente da *moda tecnológica* e os novos tecidos industriais
  - 2.4.3. Transformação de protótipos
- 2.5. A confeção das peças de vestuário de moda
  - 2.5.1. A máquina de costura
  - 2.5.2. Volume corporal e medidas
  - 2.5.3. Técnicas de costura e montagem de peças de vestuário
- 2.6. Produção industrial de vestuário de moda I
  - 2.6.1. Padronização e técnicas de produção
  - 2.6.2. Estampados
  - 2.6.3. *Moulage* e padronização industrial

- 2.7. Produção industrial de vestuário de moda II
    - 2.7.1. Técnicas de escala
    - 2.7.2. Escalado de tamanhos
    - 2.7.3. Transformação de padrões
  - 2.8. *Design* têxtil
    - 2.8.1. Tecidos e materiais
    - 2.8.2. Paleta corporativa e sazonal
    - 2.8.3. Técnicas de desenvolvimento de produtos
  - 2.9. *Lingerie* e espartilho
    - 2.9.1. Tecidos específicos para vestuário íntimo
    - 2.9.2. Padrões específicos
    - 2.9.3. Montagem de peças de vestuário
  - 2.10. Teste de produtos
    - 2.10.1. Estabelecimento de competências de produto
    - 2.10.2. Avaliação do produto em relação ao mercado e ao consumidor
    - 2.10.3. *Redesign* do produto
- Módulo 3. O *design* de joias e acessórios**
- 3.1. Anatomia e padronização de acessórios
    - 3.1.1. Calçado
    - 3.1.2. Malas e cintos
    - 3.1.3. Bijuteria e joalheria
  - 3.2. Materiais específicos para *design* de acessórios
    - 3.2.1. Adereços e ornamentos
    - 3.2.2. Tecidos sintéticos
    - 3.2.3. Materiais técnicos
  - 3.3. Fluxo de trabalho
    - 3.3.1. Relação com fornecedores
    - 3.3.2. Fabrico industrial por contrato
    - 3.3.3. Preços de mercado
  - 3.4. Prototipagem de produtos
    - 3.4.1. Desenho e esboço
    - 3.4.2. Ficha técnica do produto
    - 3.4.3. Produção em grande escala: INGA 3D
  - 3.5. *Design* de joias
    - 3.5.1. Gemas e pedras preciosas
    - 3.5.2. Bijuteria e materiais alternativos
    - 3.5.3. Prototipagem de joias com impressão 3D
  - 3.6. Rhinorejewel
    - 3.6.1. Ferramentas de metal e pedras preciosas
    - 3.6.2. Ferramentas de modelação
    - 3.6.3. Ferramentas de pedras calibradas
  - 3.7. Desenvolvimento do produto
    - 3.7.1. Criatividade e viabilidade do acessório
    - 3.7.2. Desenvolvimento da coleção: alinhamento com a marca
    - 3.7.3. Metodologia para a apresentação de uma coleção de acessórios
  - 3.8. O couro
    - 3.8.1. A pele do animal e o seu tratamento
    - 3.8.2. Materiais sintéticos
    - 3.8.3. Sustentabilidade e meio ambiente
  - 3.9. Personalização e transformação de acessórios
    - 3.9.1. Processamento manual
    - 3.9.2. Contas e missangas
    - 3.9.3. Vestuário de joalheria: cintos, fechos de malas e vestuário de joalheria
  - 3.10. Relógios e óculos de sol
    - 3.10.1. Ourivesaria e composição
    - 3.10.2. Materiais específicos
    - 3.10.3. Montagem

## Módulo 4. Indumentária de vestuário especial

- 4.1. Coleções de desporto
  - 4.1.1. Evolução da moda desportiva
  - 4.1.2. *Design* de estilo casual e a criatividade
  - 4.1.3. *Vestuário desportivo* e *vestuário casual*
- 4.2. Padronização e *design* de vestuário de desporto
  - 4.2.1. Ergonomia do atleta
  - 4.2.2. Padronização técnica
  - 4.2.3. Materiais técnicos: transpiração, respirabilidade e impermeabilização
- 4.3. *Design* de vestuário para filmes e séries de televisão
  - 4.3.1. Influência da moda nas artes do espetáculo
  - 4.3.2. O departamento de vestuário num filme
  - 4.3.3. Revisão do guião para o *design* de indumentária de ficção
- 4.4. Fluxo de trabalho no cinema
  - 4.4.1. Documentação de época e estilos
  - 4.4.2. Cenário cinematográfico através do vestuário
  - 4.4.3. Tecidos e técnicas aplicadas no acabamento final
- 4.5. Vestuário para cinema
  - 4.5.1. Vestuário para desenhos animados
  - 4.5.2. Vestuário "Marvel"
  - 4.5.3. Vestuário de época
- 4.6. A passarela e as galas de filmes
  - 4.6.1. Padronização experimental
  - 4.6.2. Figurinismo para modelos e atrizes
  - 4.6.3. Colocação em cena dos trajes na passarela vermelha
- 4.7. Ficção cénica
  - 4.7.1. Vestuário para ópera
  - 4.7.2. Vestuário para teatro
  - 4.7.3. Vestuário para dança e circo
- 4.8. Alta costura
  - 4.8.1. Confeção de vestuário feito à medida
  - 4.8.2. Técnicas de ilustração criativa
  - 4.8.3. Coleções nupciais





- 4.9. *Costura e alfaiataria*
  - 4.9.1. Padrões de fatos de homem e de mulher
  - 4.9.2. Tecidos sazonais
  - 4.9.3. Tendências futuras na confecção feita à medida
- 4.10. *Colocação de produto*
  - 4.10.1. Colaborações com marcas consolidadas para o guarda-roupa das séries de televisão
  - 4.10.2. Proposta e apresentação de necessidades
  - 4.10.3. Seleção de peças de vestuário e custo de colaboração

### Módulo 5. *Design* CLO Virtual Fashion

- 5.1. Técnicas atuais de *design*
  - 5.1.1. O *design* em 2 dimensões
  - 5.1.2. O *design* em 3 dimensões
  - 5.1.3. O programa CLO Virtual Fashion
- 5.2. Criação digital e *design* experimental
  - 5.2.1. Criação digital e *design* experimental
  - 5.2.2. Interface de utilizador CLO Virtual Fashion
  - 5.2.3. Animação de avatares 3D
- 5.3. Confeção virtual
  - 5.3.1. Costura por segmentos
  - 5.3.2. Costura livre
  - 5.3.3. Estrutura em camadas
- 5.4. Biblioteca de tecidos na CLO Virtual Fashion
  - 5.4.1. Tecidos comumente utilizados
  - 5.4.2. Revestimentos
  - 5.4.3. Ajuste do vestuário
- 5.5. Processo streamline
  - 5.5.1. Cores e estampados
  - 5.5.2. Composição do *design*
  - 5.5.3. Amostras 3D

- 5.6. Criação de texturas
  - 5.6.1. Dar e editar texturas
  - 5.6.2. Opacidade, reflexão e posição
  - 5.6.3. Mapa normal e mapa de *displacement*
- 5.7. Criação de peças de vestuário I
  - 5.7.1. Roupas
  - 5.7.2. Estampados
  - 5.7.3. *Renderização*
- 5.8. Criação do vestuário II
  - 5.8.1. Pregas
  - 5.8.2. Fundos e lâminas
  - 5.8.3. *Soleil* e acolchoados
- 5.9. Ambientes simulados
  - 5.9.1. Técnicas de estilização
  - 5.9.2. Visualização de vestuário em ambientes minimalistas
  - 5.9.3. Promoção da coleção virtual
- 5.10. Mercados emergentes e técnicas de entrada
  - 5.10.1. Cálculo de custos
  - 5.10.2. Licitações
  - 5.10.3. A indústria dos videogames

## Módulo 6. Estilismo e tendências na moda

- 6.1. O consumidor global: Oriente e Ocidente
  - 6.1.1. A moda no contexto da globalização
  - 6.1.2. A ostentação asiática
  - 6.1.3. O legado ocidental
- 6.2. As necessidades do consumidor atual
  - 6.2.1. Perfis de novos consumidores
  - 6.2.2. O prosumidor
  - 6.2.3. Tomada de decisões durante o processo de compra
- 6.3. A expressão visual da cor
  - 6.3.1. A importância do marketing nas decisões de compras
  - 6.3.2. Emoções cromáticas
  - 6.3.3. A cor no ecossistema da moda
- 6.4. Análise e investigação de tendências
  - 6.4.1. O caçador de tendências
  - 6.4.2. Dos *criadores de tendências* ao consumo de massas
  - 6.4.3. Agências especializadas
- 6.5. Lançamento estratégico
  - 6.5.1. Macro e micro tendências
  - 6.5.2. Novidade, tendência e “hype”
  - 6.5.3. O ciclo de difusão do produto
- 6.6. Metodologia para análise de tendências
  - 6.6.1. A arte e a ciência da análise preditiva
  - 6.6.2. As fontes de informação no mercado da moda
  - 6.6.3. Extração de *insights*
- 6.7. O estilo de vida do consumidor de moda
  - 6.7.1. Valores e prioridades
  - 6.7.2. O novo luxo e o seu lugar no mercado da moda
  - 6.7.3. Entre a loja física e o e-commerce
- 6.8. A concetualização do mercado da moda
  - 6.8.1. A experiência de compra
  - 6.8.2. *Hotspots*
  - 6.8.3. *Lojas de conceito digital*
- 6.9. O relatório de tendências
  - 6.9.1. Estrutura e composição
  - 6.9.2. Apresentação
  - 6.9.3. Avaliação e tomada de decisões
- 6.10. Tendências de consumo pós-pandêmicas
  - 6.10.1. Mudanças permanentes nos hábitos de consumo
  - 6.10.2. As compras do futuro
  - 6.10.3. Tecnologia e sustentabilidade: os eixos da mudança

## Módulo 7. A identidade visual = UX + branding

- 7.1. O uso tecnológico da moda
  - 7.1.1. A inteligência artificial
  - 7.1.2. Concretizar a vantagem competitiva
  - 7.1.3. Chatbot e o *comprador* pessoal virtual
- 7.2. Identidade e gestão da mudança
  - 7.2.1. *Design* da identidade da marca
  - 7.2.2. Construção da identidade da marca
  - 7.2.3. Impactos económicos
- 7.3. Google Analytics e Google Ads
  - 7.3.1. Posicionamento estratégico de uma marca de moda
  - 7.3.2. Google Ads
  - 7.3.3. Google Analytics
- 7.4. *Marketing motivado pelos dados*
  - 7.4.1. O processo orientado pelos dados
  - 7.4.2. Recompilação e seleção de dados
  - 7.4.3. Tabulação: estatísticas de dados
- 7.5. Criação de sequências de padrões
  - 7.5.1. Gestão de métricas chave
  - 7.5.2. Métricas específicas da moda
  - 7.5.3. Sequências de padrões
- 7.6. Simulação de cenários de inovação
  - 7.6.1. Inovação e criatividade
  - 7.6.2. Simulação e previsão
  - 7.6.3. Microsoft Power Bi
- 7.7. Segmentação e gestão de bases de dados
  - 7.7.1. Segmentação de mercado
  - 7.7.2. Segmentação de audiências
  - 7.7.3. SQL para grandes volumes de dados
- 7.8. Fidelização & *salesforce*
  - 7.8.1. O perfil emocional do consumidor de moda
  - 7.8.2. Aquisição de utilizadores, retenção de consumidores e clientes embaixadores
  - 7.8.3. CRM: *Salesforce*

- 7.9. Marketing de conteúdos
  - 7.9.1. Criação de uma experiência de utilizador no ambiente digital
  - 7.9.2. *Comportamento de envolvimento do consumidor*
  - 7.9.3. Conteúdo dentro e fora do meu *website*
- 7.10. Criatividade com Python
  - 7.10.1. Estrutura e elementos da linguagem
  - 7.10.2. Funcionalidades do Python
  - 7.10.3. Criatividade a partir da utilização de dados

## Módulo 8. Comercialização da coleção

- 8.1. As dinâmicas da moda atual
  - 8.1.1. *Semanas da moda* e alta costura
  - 8.1.2. A realização de ideias e o *caderno de esboços*
  - 8.1.3. A concetualização da coleção
- 8.2. Criação de uma coleção
  - 8.2.1. *Moodboards* e inspiração internacional
  - 8.2.2. Fábricas e fornecedores no mundo
  - 8.2.3. Rotulagem e *packaging*
- 8.3. Alianças estratégicas e colaborações
  - 8.3.1. *Parceiros* estratégicos
  - 8.3.2. Entre *designers*, empresários e artistas
  - 8.3.3. Coleções cápsula
- 8.4. Estilismo
  - 8.4.1. *Visual merchandising*
  - 8.4.2. Vitrinismo
  - 8.4.3. Shooting digital: a montra móvel
- 8.5. Passarelas e capitais da moda
  - 8.5.1. O desfile
  - 8.5.2. Paris, Londres e Nova Iorque
  - 8.5.3. Passarelas virtuais
- 8.6. Feiras e eventos de *design*
  - 8.6.1. Gestão de eventos no mercado da moda
  - 8.6.2. O ambiente B2B

- 8.7. *Ecodesign* ecológico e impacto ambiental
  - 8.7.1. Artesanato
  - 8.7.2. O novo luxo
  - 8.7.3. Forma sustentável em números
- 8.8. Comercialização da coleção
  - 8.8.1. A orquestra omnicanal
  - 8.8.2. Otimização do canal *online*
  - 8.8.3. Os benefícios residuais do *offline*
- 8.9. Eventos personalizados
  - 8.9.1. Alinhamento de audiências
  - 8.9.2. Estratégia de comunicação
  - 8.9.3. Encenação
- 8.10. Avaliação final da coleção
  - 8.10.1. Impressões em números
  - 8.10.2. Análise avançado e indicadores
  - 8.10.3. Reformulação da peça de roupa

## Módulo 9. Gestão de compras de moda

- 9.1. Dinâmica de um comprador de moda
  - 9.1.1. O ciclo de vida do produto de moda
  - 9.1.2. Sazonalidade na setor da moda
  - 9.1.3. Alavancas que ativam o valor da marca
- 9.2. Formulação com Microsoft Excel
  - 9.2.1. Operações
  - 9.2.2. Cálculos
  - 9.2.3. Fórmulas
- 9.3. Aplicações Excel
  - 9.3.1. Gráficos
  - 9.3.2. Tabelas dinâmicas
  - 9.3.3. Formulários
- 9.4. Tratamento de erros
  - 9.4.1. Formatação
  - 9.4.2. Número
  - 9.4.3. Texto

- 9.5. Criação de bases de dados com o Microsoft Access
  - 9.5.1. Programação no Access
  - 9.5.2. Tipos de dados e propriedades dos campos
  - 9.5.3. Consultas e macros
- 9.6. Relatórios de bases de dados
  - 9.6.1. Armazenamento de dados
  - 9.6.2. Modelos de bases de dados com o Access
  - 9.6.3. Atualização de consultas
- 9.7. *Big data* com Tableau
  - 9.7.1. Organização de dados
  - 9.7.2. Representação de valores numéricos
  - 9.7.3. Utilização de várias fontes de dados
- 9.8. Personalização dos dados com o Tableau
  - 9.8.1. Uso de cálculos
  - 9.8.2. Cálculos rápidos de tabelas
  - 9.8.3. Linhas de referência
- 9.9. Painel de controlo: visualização de dados
  - 9.9.1. Mapeamento geográfico
  - 9.9.2. Visualização e comparação de medições
  - 9.9.3. Estatísticas e prognóstico
- 9.10. Gestão de projetos
  - 9.10.1. *Proprietário do produto*
  - 9.10.2. Metodologia Lean
  - 9.10.3. Metodologia Ágil

## Módulo 10. Oficina de empreendedorismo e gestão criativa

- 10.1. Inovação e criatividade nos mercados da moda
  - 10.1.1. Reinventar o que já existe no *design* de moda
  - 10.1.2. Criação de novos padrões desde raiz
  - 10.1.3. Patentes de tecidos
- 10.2. Pensamento disruptivo e *pensamento de design*
  - 10.2.1. O pensamento disruptivo e o seu impacto global
  - 10.2.2. A estrutura visual do pensamento do *design*
  - 10.2.3. Resolução de problemas

- 10.3. Liderança e mentalidade empresarial
  - 10.3.1. A equipa
  - 10.3.2. Marca pessoal
  - 10.3.3. Gestão da evolução e o crescimento dos negócios
- 10.4. A cadeia de valor na indústria da moda e do luxo
  - 10.4.1. Estrutura do mercado global da moda a nível global
  - 10.4.2. A cadeia de valor tradicional
  - 10.4.3. A evolução dos ligações de cadeia de valor da moda
- 10.5. *A start up* de moda
  - 10.5.1. Rondas de financiamento
  - 10.5.2. O salto para a internacionalização
- 10.6. Gestão criativa para empresas de moda
  - 10.6.1. A dinâmica da criatividade
  - 10.6.2. Perfis profissionais
  - 10.6.3. Funções do diretor criativo
- 10.7. Neurobiologia da criatividade
  - 10.7.1. A inteligência
  - 10.7.2. Quantificação criativa
  - 10.7.3. Meios de comunicação social
- 10.8. Técnicas de criatividade
  - 10.8.1. Bloqueio
  - 10.8.2. Técnicas de geração de ideias
  - 10.8.3. CRE- IN
- 10.9. Fontes de inspiração
  - 10.9.1. Dominar o passado da moda
  - 10.9.2. Aspirações: o futuro
  - 10.9.3. O equilíbrio composicional entre passado e futuro
- 10.10. Encenação
  - 10.10.1. O enquadramento composicional de uma coleção de moda
  - 10.10.2. A perceção do espetador
  - 10.10.3. O imaginário das marcas de moda

# 06

# Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem.

A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning.**

Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a ***New England Journal of Medicine.***



“

*Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"*

## Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

*Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”*



*Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.*



## Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“*O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira*”

*O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.*

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

## Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

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

*Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.*

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

*O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.*

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

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



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



#### Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



#### Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



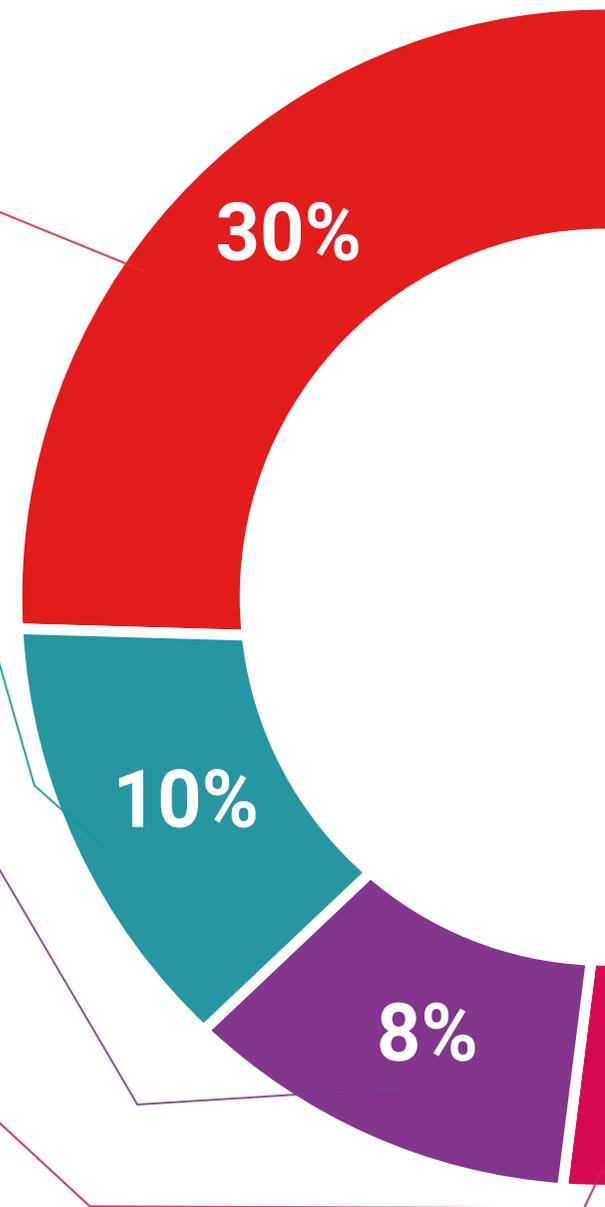
#### Práticas de aptidões e competências

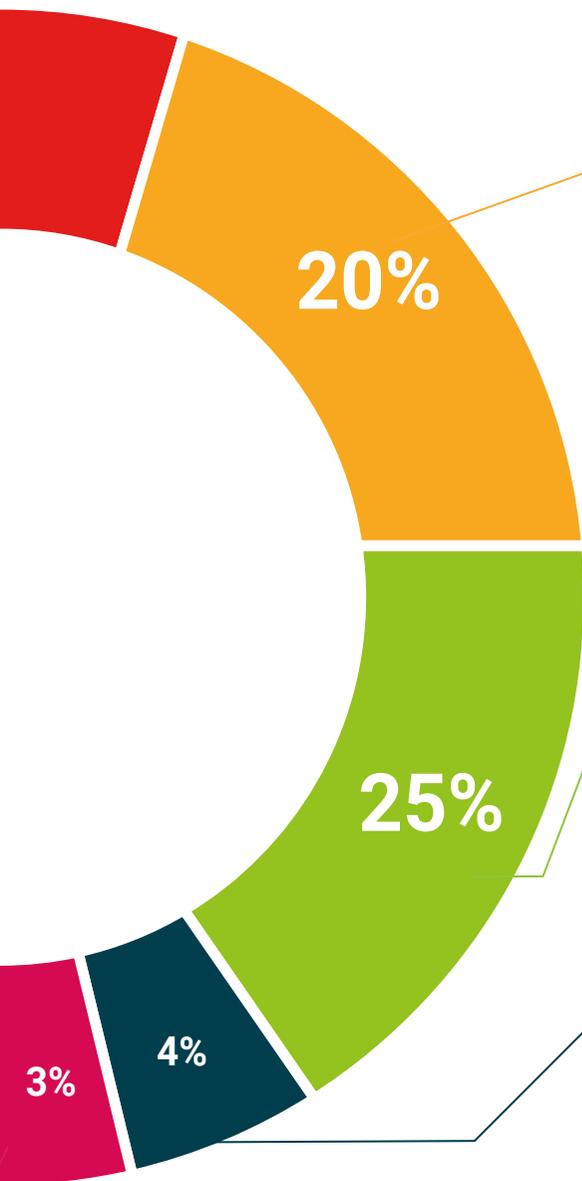
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



#### Leituras complementares

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





#### Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas na cena internacional.



#### Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu"



#### Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



07

# Certificação

O Mestrado Próprio em Design de Moda garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um grau de Mestre emitido pela TECH Global University.



“

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

Este programa permitirá a obtenção do certificado próprio de **Mestrado Próprio em Design de Moda** reconhecido pela **TECH Global University**, a maior universidade digital do mundo.

A **TECH Global University**, é uma Universidade Europeia Oficial reconhecida publicamente pelo Governo de Andorra ([bollettino ufficiale](#)). Andorra faz parte do Espaço Europeu de Educação Superior (EEES) desde 2003. O EEES é uma iniciativa promovida pela União Europeia com o objetivo de organizar o modelo de formação internacional e harmonizar os sistemas de ensino superior dos países membros desse espaço. O projeto promove valores comuns, a implementação de ferramentas conjuntas e o fortalecimento de seus mecanismos de garantia de qualidade para fomentar a colaboração e a mobilidade entre alunos, pesquisadores e académicos.

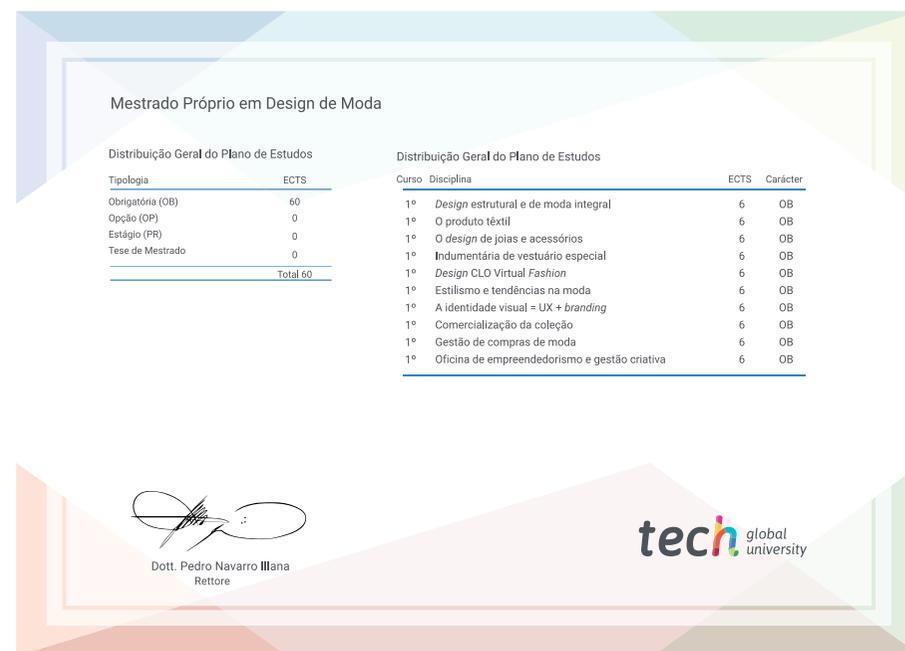
Esse título próprio da **TECH Global University**, é um programa europeu de formação contínua e atualização profissional que garante a aquisição de competências em sua área de conhecimento, conferindo um alto valor curricular ao aluno que conclui o programa.

Título: **Mestrado Próprio em Design de Moda**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**

Acreditação: **60 ECTS**



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

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

**tech** global  
university

Mestrado Próprio

Design de Moda

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 60 ECTS
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Exames: online

# Mestrado Próprio

## Design de Moda

