

Grand Master

Diseño de Moda Integral

Aval/Membresía

A woman with blonde hair is shown from the waist up, wearing a vibrant, multi-colored dress with abstract, flowing patterns. She is looking upwards and to the right, with her right arm raised. The background is dark, and the overall composition is dynamic, with diagonal lines and a colorful header bar at the top.

tech
universidad



Grand Master

Diseño de Moda Integral

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/disenio/grand-master/grand-master-diseno-moda-integral

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 36

05

Salidas profesionales

pág. 44

06

Metodología de estudio

pág. 48

07

Cuadro docente

pág. 58

08

Titulación

pág. 68

01

Presentación del programa

A medida que el enfoque en la sostenibilidad y la ética continúa creciendo dentro de la industria de la Moda, los diseñadores enfrentan el desafío de crear productos que no solo sean estéticamente agradables, sino también responsables con el medio ambiente y la sociedad. Esta transformación implica un profundo conocimiento de las nuevas tecnologías y estrategias de mercado, junto con una comprensión sólida de los principios del Diseño clásico. En este contexto, TECH presenta una titulación universitaria 100% online que, mediante una metodología vanguardista y los contenidos más exhaustivos del sector, preparará a los diseñadores para enfrentar los retos actuales de la industria. Así, adquirirán las herramientas necesarias para convertirse en referentes en la creación de todo tipo de prendas y accesorios.



“

Un programa exhaustivo y 100% online, exclusivo de TECH y con una perspectiva internacional respaldada por nuestra afiliación con The Design Society”

El mundo de la moda ha dejado de ser solo una expresión estética para convertirse en un ecosistema creativo, técnico y empresarial en constante evolución. El auge de la sostenibilidad, la innovación textil y la digitalización de procesos ha generado una creciente demanda de profesionales versátiles, capaces de asumir el diseño como una disciplina integral.

En este contexto, TECH ha ideado este Grand Master en Diseño de Moda Integral que proporcionará una preparación rigurosa y actualizada. Este posgrado ha sido concebido por expertos de la industria y abarcará tanto los fundamentos del diseño, como las herramientas más actuales del sector. A lo largo del itinerario académico, se explorará la creación de colecciones, el patronaje digital, la ilustración de moda, el desarrollo sostenible, el marketing aplicado al sector textil y el uso de software como CLO 3D y Adobe Illustrator. Asimismo, se enfatizará en la identidad de marca, estilismo y gestión de proyectos creativos, proporcionando una visión completa y estratégica del diseño contemporáneo.

Adicionalmente, este programa universitario se impartirá en modalidad 100% online, lo que permite a los diseñadores acceder a los contenidos en cualquier momento y desde cualquier lugar. A su vez, TECH implementará la metodología *Relearning*, un sistema de aprendizaje eficaz que emplea la repetición inteligente y el análisis de casos reales para consolidar el conocimiento a largo plazo. En esta misma línea, el plan de estudios contemplará una cuidada selección de *Masterclasses* de alto nivel, dirigidas por un reconocido Director Invitado Internacional.

Gracias a la colaboración de **TECH con The Design Society (DS)**, el alumno formará parte de una comunidad global dedicada al diseño y su estudio. Podrá acceder a publicaciones de código abierto y participar en eventos colaborativos. Además, la membresía contribuye al mantenimiento de la sociedad y sus plataformas, facilitando la interacción y el acceso a recursos especializados para el desarrollo profesional en diseño.

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

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



Las Masterclasses magistrales te ofrecerán una experiencia única de aprendizaje directo con figuras de gran prestigio en el ámbito profesional, quienes comparten sus mejores estrategias”



Profundizarás en la gestión de marcas de moda, desde la conceptualización de la identidad visual, hasta la implementación de estrategias de branding”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del diseño, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

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

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

Gestionarás colecciones y productos de Moda utilizando herramientas analíticas como Tableau para optimizar resultados.

Organizarás tu capacitación según tus necesidades, con recursos accesibles las 24 horas y un enfoque progresivo para asimilar los contenidos clave.



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.



“

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».

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.

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.



Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Profesorado
TOP
Internacional


La metodología
más eficaz

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

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.

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 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.

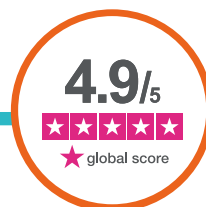
Líderes en empleabilidad

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

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.



03

Plan de estudios

El plan de estudios de este programa universitario abarcará desde las bases creativas y técnicas del Diseño de Moda, hasta las últimas innovaciones digitales y estrategias sostenibles. A través de este recorrido académico, los profesionales desarrollarán habilidades en patronaje, confección, ilustración y Diseño textil, complementadas con el uso de herramientas avanzadas como CAD y software 3D. Además, ahondarán en aspectos clave como la gestión empresarial, el análisis de tendencias y el emprendimiento en Moda, garantizando una preparación integral para liderar en un sector dinámico y en constante evolución.



“

*Dominarás herramientas clave como CLO
Virtual Fashion para crear colecciones virtuales,
animar avatares 3D y simular escenarios de
moda digital”*

Módulo 1. Diseño estructural e integral de Moda

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

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

Módulo 2. El producto textil

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

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

Módulo 3. El Diseño de joyas y accesorios

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

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

Módulo 4. Indumentaria de prendas especiales

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

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

Módulo 5. CLO Virtual Fashion Design

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

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

Módulo 6. Estilismo y tendencias en la Moda

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

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

Módulo 7. La identidad visual = UX + branding

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

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





Módulo 8. Comercialización de la colección

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

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

Módulo 9. Gestión de compras para la Moda

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

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

Módulo 10. Taller de emprendimiento y dirección creativa

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

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

Módulo 11. Fundamentos e introducción al diseño

- 11.1. Historia del Diseño
 - 11.1.1. La Revolución Industrial
 - 11.1.2. Las etapas del Diseño
 - 11.1.3. La arquitectura
 - 11.1.4. La Escuela de Chicago
- 11.2. Estilos y movimientos del Diseño
 - 11.2.1. Diseño decorativo
 - 11.2.2. Movimiento modernista
 - 11.2.3. Art Decó
 - 11.2.4. Diseño industrial
 - 11.2.5. La Bauhaus
 - 11.2.6. II Guerra Mundial
 - 11.2.7. Transvanguardias
 - 11.2.8. Diseño contemporáneo
- 11.3. Diseñadores y tendencias
 - 11.3.1. Diseñadores de interior
 - 11.3.2. Diseñadores gráficos
 - 11.3.3. Diseñadores industriales o de producto
 - 11.3.4. Diseñadores de Moda
- 11.4. Metodología proyectual de Diseño
 - 11.4.1. Bruno Munari
 - 11.4.2. Gui Bonsiepe
 - 11.4.3. J. Christopher Jones
 - 11.4.4. L. Bruce Archer
 - 11.4.5. Guillermo González Ruiz
 - 11.4.6. Jorge Frascara
 - 11.4.7. Bernd Löbach
 - 11.4.8. Joan Costa
 - 11.4.9. Norberto Chaves

- 11.5. El lenguaje en Diseño
 - 11.5.1. Los objetos y el sujeto
 - 11.5.2. Semiótica de los objetos
 - 11.5.3. La disposición objetual y su connotación
 - 11.5.4. La Globalización de los signos
 - 11.5.5. Propuesta
- 11.6. El Diseño y su dimensión estético-formal
 - 11.6.1. Elementos visuales
 - 11.6.1.1. La forma
 - 11.6.1.2. La medida
 - 11.6.1.3. El color
 - 11.6.1.4. La textura
 - 11.6.2. Elementos de relación
 - 11.6.2.1. Dirección
 - 11.6.2.2. Posición
 - 11.6.2.3. Espacio
 - 11.6.2.4. Gravedad
 - 11.6.3. Elementos prácticos
 - 11.6.3.1. Representación
 - 11.6.3.2. Significado
 - 11.6.3.3. Función
 - 11.6.4. Marco de referencia
- 11.7. Métodos analíticos del Diseño
 - 11.7.1. El Diseño pragmático
 - 11.7.2. Diseño analógico
 - 11.7.3. Diseño icónico
 - 11.7.4. Diseño canónico
 - 11.7.5. Principales autores y su metodología
- 11.8. Diseño y semántica
 - 11.8.1. La semántica
 - 11.8.2. La significación
 - 11.8.3. Significado denotativo y significado connotativo
 - 11.8.4. El léxico

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

Módulo 12. Patronaje y confección

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

- 12.3. Patrón masculino
 - 12.3.1. Patrón base de cuerpo
 - 12.3.2. Patrón base de pantalón
 - 12.3.3. Patrón base de abrigo
 - 12.3.4. Cuellos
 - 12.3.5. Mangas
 - 12.3.6. Detalles
- 12.4. Patrón infantil
 - 12.4.1. Patrón base cuerpo
 - 12.4.2. Patrón base pantalón
 - 12.4.3. Patrón base leotardo
 - 12.4.4. Patrón base mono
 - 12.4.5. Mangas
 - 12.4.6. Cuellos
 - 12.4.7. Detalles
- 12.5. Transformación, desarrollo y escalado del patrón
 - 12.5.1. Transformaciones de patrones
 - 12.5.2. Desarrollo del patronaje
 - 12.5.3. Patrones a escala y a tamaño real
- 12.6. Introducción al corte y la confección
 - 12.6.1. Introducción a la costura
 - 12.6.2. Herramientas y materiales en la costura
 - 12.6.3. El corte
 - 12.6.4. Costura a mano
 - 12.6.5. Costura a máquina plana
 - 12.6.6. Tipos de máquinas en costura
- 12.7. Identificación de los textiles
 - 12.7.1. Tejidos planos
 - 12.7.2. Tejidos complejos
 - 12.7.3. Tejidos técnicos
 - 12.7.4. Tejidos de punto
 - 12.7.5. Materiales

- 12.8. Tipos de costura y transformación de prendas
 - 12.8.1. Costura plana
 - 12.8.2. Costura interior
 - 12.8.3. Costura curva
 - 12.8.4. Costura francesa
 - 12.8.5. Costura tejana
 - 12.8.6. Costura sobrecargada
 - 12.8.7. Costura ribeteada
- 12.9. Cierres, acabados y ennoblecimiento textil
 - 12.9.1. Teñido del tejido
 - 12.9.2. Botones
 - 12.9.3. Cremalleras
 - 12.9.4. Apliques
 - 12.9.5. Forrado de la pieza
 - 12.9.6. Remates
 - 12.9.7. Planchado
- 12.10. *Moulage*
 - 12.10.1. Preparación del maniquí
 - 12.10.2. Investigación sobre el maniquí
 - 12.10.3. Del maniquí al patrón
 - 12.10.4. Modelización de una prenda

Módulo 13. Fotografía

- 13.1. Historia de la fotografía
 - 13.1.1. Antecedentes de la fotografía
 - 13.1.2. Fotografía a color
 - 13.1.3. La película fotográfica
 - 13.1.4. La cámara digital
- 13.2. Formación de la imagen
 - 13.2.1. La cámara fotográfica
 - 13.2.2. Parámetros básicos en la fotografía
 - 13.2.3. Fotometría
 - 13.2.4. Objetivos y distancia focal

- 13.3. Lenguaje fotográfico
 - 13.3.1. Tipos de planos
 - 13.3.2. Elementos formales, compositivos e interpretativos de la imagen fotográfica
 - 13.3.3. Encuadre
 - 13.3.4. Representación del tiempo y el movimiento en fotografía
 - 13.3.5. La relación de la fotografía con la realidad y la verdad
- 13.4. La cámara fotográfica
 - 13.4.1. Cámaras analógicas y digitales
 - 13.4.2. Las cámaras sencillas
 - 13.4.3. Las cámaras réflex
 - 13.4.4. Técnicas fotográficas básicas
 - 13.4.5. La exposición y los exposímetros
 - 13.4.6. La cámara réflex digital. El sensor
 - 13.4.7. El manejo de la cámara digital frente a la analógica
 - 13.4.8. Aspectos específicos de interés
 - 13.4.9. Modos de trabajo con la cámara digital
- 13.5. La imagen digital
 - 13.5.1. Formatos de archivo
 - 13.5.2. Balance de blancos
 - 13.5.3. Temperatura de color
 - 13.5.4. Histograma. Exposición en fotografía digital
 - 13.5.5. Rango dinámico
- 13.6. El comportamiento de la luz
 - 13.6.1. El fotón
 - 13.6.2. Reflexión y absorción
 - 13.6.3. Cantidad y calidad de la luz
 - 13.6.3.1. Luz dura y luz suave
 - 13.6.3.2. Luz directa y difusa
- 13.7. Expresividad y estética de la iluminación
 - 13.7.1. Sombras, modificadores y profundidad
 - 13.7.2. Ángulos de iluminación
 - 13.7.3. Esquemas de iluminación
 - 13.7.4. Medición de la luz





- 13.7.4.1. El fotómetro
- 13.7.4.2. Luz incidente
- 13.7.4.3. Luz reflejada
- 13.7.4.4. Medición sobre varios puntos
- 13.7.4.5. El contraste
- 13.7.4.6. Gris medio
- 13.7.5. Iluminación luz natural
 - 13.7.5.1. Difusores
- 13.7.6. Iluminación luz artificial
 - 13.7.6.1. El estudio fotográfico
 - 13.7.6.2. Las fuentes de iluminación
 - 13.7.6.3. Luz fría
 - 13.7.6.4. Flashes de estudio y flash compacto
 - 13.7.6.5. Accesorios
- 13.8. Software de edición
 - 13.8.1. Adobe Lightroom
 - 13.8.2. Adobe Photoshop
 - 13.8.3. Plugins
- 13.9. Edición y revelado fotográfico
 - 13.9.1. El revelado en Camera RAW
 - 13.9.2. Ruido y enfoque
 - 13.9.3. Ajustes de exposición, contraste y saturación. Niveles y curvas
- 13.10. Referentes y aplicaciones
 - 13.10.1. Fotografías más importantes de la historia
 - 13.10.2. Fotografía en el Diseño de interior
 - 13.10.3. Fotografía en el Diseño de producto
 - 13.10.4. Fotografía en el Diseño de Moda
 - 13.10.5. Fotografía en el Diseño gráfico

Módulo 14. Dibujo de Moda

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

14.10. Búsqueda del estilo personal

14.10.1. El figurín de Moda

14.10.2. La estilización

14.10.3. Poses de Moda

14.10.4. Peinados

14.10.5. El diseño

Módulo 15. Tecnología textil

15.1. Introducción al textil

15.1.1. Historia de los textiles

15.1.2. Los textiles a lo largo del tiempo

15.1.3. La maquinaria textil tradicional

15.1.4. La importancia de los textiles en la Moda

15.1.5. Simbología utilizada en los materiales textiles

15.1.6. Ficha técnica de tejidos

15.2. Materiales textiles

15.2.1. Clasificación de las fibras textiles

15.2.1.1. Fibras naturales

15.2.1.2. Fibras artificiales

15.2.1.3. Fibras sintéticas

15.2.2. Propiedades de las fibras

15.2.3. Reconocimiento de fibras textiles

15.3. Los hilos

15.3.1. Ligamentos básicos

15.3.2. Características generales de los hilos

15.3.3. Clasificación de los hilos

15.3.4. Fases de la hilatura

15.3.5. Máquinas utilizadas

15.3.6. Sistemas de numeración de los hilos

15.4. Textiles de calada

15.4.1. Tejidos de calada

15.4.2. Escalonado del ligamento

15.4.3. Los ligamentos en los tejidos de calada

15.4.4. Clasificación de los ligamentos

15.4.5. Tipos de ligamentos

15.4.6. Tipos de tejidos de calada

15.4.7. El telar de calada

15.4.8. Telares especiales

15.5. Tejidos de punto

15.5.1. Historia del tejido de punto

15.5.2. Clasificación

15.5.3. Tipología

15.5.4. Comparativa entre un tejido plano y uno de punto

15.5.5. Características y comportamiento según su construcción

15.5.6. Tecnología y maquinaria para su obtención

15.6. Acabados textiles

15.6.1. Acabados físicos

15.6.2. Acabados químicos

15.6.3. Resistencia de los tejidos

15.6.4. El pilling

15.6.5. Cambio dimensional de tejidos

15.7. Teñido

15.7.1. Tratamientos previos

15.7.2. Teñido

15.7.3. Maquinaria

15.7.4. Insumos

15.7.5. Blanqueo óptico

15.7.6. El color

15.8. Estampación

15.8.1. Estampado directo

15.8.1.1. Estampado por bloques

15.8.1.2. Estampado por rodillos

15.8.1.3. Estampado por termotransferencia

15.8.1.4. Estampado con pantalla

15.8.1.5. Estampado por urdimbre

15.8.1.6. Estampado por corrosión

15.8.2. Estampado por reserva

15.8.2.1. Batik

15.8.2.2. Teñido atado

15.8.3. Otros tipos de estampado

15.8.3.1. Estampado diferencial

15.8.3.2. Electroestático policromo

15.9. Tejidos técnicos e inteligentes

15.9.1. Definición y análisis

15.9.2. Aplicaciones de los textiles

15.9.3. Nuevos materiales y tecnologías

15.10. Piel, cuero y otros

15.10.1. La piel y el cuero

15.10.2. Clasificación del cuero

15.10.3. Procedimiento de curtido

15.10.4. Tratamiento post-curtido

15.10.5. Proceso tecnológico de la curtiembre

15.10.6. Métodos de conservación

15.10.7. Cuero sintético

15.10.8. Debate: piel natural o piel sintética

Módulo 16. Sistemas de representación aplicados a la Moda

16.1. Introducción al dibujo técnico en Moda

16.1.1. Cómo y cuándo se utilizan los dibujos técnicos

16.1.2. Cómo crear un dibujo técnico para la Moda

16.1.3. Dibujar a partir de una prenda física

16.1.4. Normas del técnico en Moda

16.2. Preparación del documento

16.2.1. Preparar el documento para el dibujo técnico

16.2.2. Maniquí anatómico base

16.2.3. Color, textura y estampados

16.3. Prendas inferiores

16.3.1. Faldas

16.3.2. Pantalones

16.3.3. Medias

16.4. Prendas superiores

16.4.1. Camisas

16.4.2. Camisetas

16.4.3. Chalecos

16.4.4. Chaquetas

16.4.5. Abrigos

16.5. Prendas interiores

16.5.1. Sujetador

16.5.2. Bragas

16.5.3. Calzoncillos

16.6. Detalles de modelo

16.6.1. Escotes

16.6.2. Cuellos

16.6.3. Mangas

16.6.4. Puños

16.6.5. Bolsillos

16.7. Detalles de diseño

16.7.1. Detalles de construcción

16.7.2. Detalles de Diseño decorativos

16.7.3. Plisados

16.7.4. Costuras

16.7.5. Puntadas

16.7.6. Ribeteado

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

Módulo 17. Diseño de Moda

- 17.1. Metodología del Diseño de Moda
 - 17.1.1. El concepto de un proyecto de Moda
 - 17.1.2. Metodología proyectual aplicada a la Moda
 - 17.1.3. Métodos de investigación en el Diseño de Moda
 - 17.1.4. El briefing o demanda de diseño
 - 17.1.5. Documentación
 - 17.1.6. Análisis de la Moda actual
 - 17.1.7. Formalización de ideas

- 17.2. Procedimientos creativos aplicados al Diseño de Moda
 - 17.2.1. El cuaderno de campo
 - 17.2.2. El moodboard
 - 17.2.3. Investigación gráfica
 - 17.2.4. Técnicas creativas
- 17.3. Referentes
 - 17.3.1. Moda comercial
 - 17.3.2. Moda creativa
 - 17.3.3. Moda escénica
 - 17.3.4. Moda corporativa
- 17.4. Concepto de colección
 - 17.4.1. Funcionalidad de la prenda
 - 17.4.2. La prenda como mensaje
 - 17.4.3. Conceptos ergonómicos
- 17.5. Códigos estilísticos
 - 17.5.1. Códigos estilísticos permanentes
 - 17.5.2. Códigos estilísticos estacionarios
 - 17.5.3. Búsqueda del sello personal
- 17.6. Desarrollo de la colección
 - 17.6.1. Marco teórico
 - 17.6.2. Contexto
 - 17.6.3. Investigación
 - 17.6.4. Referentes
 - 17.6.5. Conclusión
 - 17.6.6. Representación de la colección
- 17.7. Estudio técnico
 - 17.7.1. Carta textil
 - 17.7.2. Carta cromática
 - 17.7.3. La glasilla
 - 17.7.4. La ficha técnica
 - 17.7.5. El prototipo
 - 17.7.6. Escandallo

- 17.8. Proyectos interdisciplinarios
 - 17.8.1. El dibujo
 - 17.8.2. El patronaje
 - 17.8.3. La costura
- 17.9. Producción de una colección
 - 17.9.1. Del boceto al dibujo técnico
 - 17.9.2. Talleres artesanales
 - 17.9.3. Nuevas tecnologías
- 17.10. Estrategias de comunicación y presentación
 - 17.10.1. Fotografía en Moda: lookbook, editorial y campaña
 - 17.10.2. El portfolio
 - 17.10.3. La pasarela
 - 17.10.4. Otras formas de exponer la colección

Módulo 18. Sostenibilidad en Moda

- 18.1. Reconsiderar el Diseño de Moda
 - 18.1.1. La cadena de suministros
 - 18.1.2. Aspectos principales
 - 18.1.3. Desarrollo de la Moda sostenible
 - 18.1.4. El futuro de la Moda
- 18.2. El ciclo de vida de una prenda
 - 18.2.1. Pensar en el ciclo de vida
 - 18.2.2. Actividades e impacto
 - 18.2.3. Herramientas y modelos de evaluación
 - 18.2.4. Estrategias de Diseño sostenible
- 18.3. Normativa de calidad y seguridad en el sector textil
 - 18.3.1. Calidad
 - 18.3.2. Etiquetado
 - 18.3.3. Seguridad de prendas
 - 18.3.4. Inspecciones de consumo

- 18.4. Obsolescencia programada
 - 18.4.1. La obsolescencia programada y los residuos de artefactos eléctricos y electrónicos
 - 18.4.2. La extracción de recursos
 - 18.4.3. La generación de residuos
 - 18.4.4. El reciclado y la reutilización de los residuos electrónicos
 - 18.4.5. El consumo responsable
- 18.5. Diseño sostenible
 - 18.5.1. Diseño de prendas
 - 18.5.2. Diseño con empatía
 - 18.5.3. Selección de tejidos, materiales y técnicas
 - 18.5.4. Uso de monomateriales
- 18.6. Producción sostenible
 - 18.6.1. Patronaje y modelado
 - 18.6.2. Técnicas de residuo cero
 - 18.6.3. Construcción
 - 18.6.4. Diseño para durar
- 18.7. Distribución sostenible
 - 18.7.1. Proveedores y productores
 - 18.7.2. El compromiso con las comunidades locales
 - 18.7.3. Venta
 - 18.7.4. Diseño según la necesidad
 - 18.7.5. Diseño de Moda inclusiva
- 18.8. Uso sostenible de la prenda
 - 18.8.1. Patrones de uso
 - 18.8.2. Cómo reducir el lavado
 - 18.8.3. Arreglos y mantenimiento
 - 18.8.4. Diseño para arreglos
 - 18.8.5. Diseño de prendas modulares

- 18.9. Reciclaje
 - 18.9.1. Reutilización y remanufacturaación
 - 18.9.2. Revalorización
 - 18.9.3. Reciclaje de materiales
 - 18.9.4. Producción de ciclo cerrado
- 18.10. Diseñadoras de Moda sostenible
 - 18.10.1. Katharine Hamnett
 - 18.10.2. Stella McCartney
 - 18.10.3. Annika Matilda Wendelboe
 - 18.10.4. Susan Dimasi
 - 18.10.5. Isabell de Hillerin

Módulo 19. Historia de la Moda

- 19.1. De indumentaria a Moda
 - 19.1.1. Nuevo contexto y cambio social
 - 19.1.2. La liberación de la mujer
 - 19.1.3. Nuevo concepto de diseñador de Moda
 - 19.1.4. Comienzos del S. XX
- 19.2. El vestir moderno
 - 19.2.1. El vestir moderno
 - 19.2.2. El ascenso de los diseñadores estadounidenses
 - 19.2.3. La escena londinense
 - 19.2.4. Nueva York en los años 70s
 - 19.2.5. La Moda de los 80s
 - 19.2.6. Los grupos de lujo multimarca
 - 19.2.7. Una Moda funcional
 - 19.2.8. Activewear
 - 19.2.9. La Moda, el arte y la cultura pop
 - 19.2.10. Celebrities
 - 19.2.11. Fotografía e Internet

- 19.3. Grandes maestras de la Moda
 - 19.3.1. Jeanne Lanvin
 - 19.3.2. Jeanne Paquin
 - 19.3.3. Emilie Flöge
 - 19.3.4. Madeleine Vionnet
 - 19.3.5. Gabrielle Chanel
 - 19.3.6. Elsa Schiaparelli
 - 19.3.7. Carolina Herrera
- 19.4. Grandes maestros de la Moda
 - 19.4.1. Charles Frederick Worth
 - 19.4.2. Jacques Doucet
 - 19.4.3. Paul Poiret
 - 19.4.4. Cristóbal Balenciaga
 - 19.4.5. Christian Dior
 - 19.4.6. Karl Lagerfeld
 - 19.4.7. Alexander McQueen
- 19.5. Haute Couture
 - 19.5.1. Historia de la Haute Couture
 - 19.5.2. Federación de Alta Costura y Moda
 - 19.5.3. Miembros de la federación
 - 19.5.4. De Haute Couture a Prêt-à-porter
- 19.6. Artesanía
 - 19.6.1. Los tejidos como arte
 - 19.6.2. Artesanías que complementan el vestir
 - 19.6.3. Artistas y artesanos relacionados con la Moda
- 19.7. Fast-Fashion
 - 19.7.1. Historia y origen del fast-fashion
 - 19.7.2. Modelo de negocio del fast-fashion
 - 19.7.3. Repercusión del fast-fashion en el mundo
- 19.8. Publicidad y fotografía en Moda
 - 19.8.1. Arquetipos y estereotipos
 - 19.8.2. La imagen Moda
 - 19.8.3. Comunicación visual de la Moda
 - 19.8.4. Los grandes fotógrafos de Moda

- 19.9. Repercusión de la Moda
 - 19.9.1. La industria textil
 - 19.9.2. Relación del arte y la Moda
 - 19.9.3. Moda y sociedad
- 19.10. Teoría y crítica de Moda
 - 19.10.1. Diseñadores actuales y su influencia
 - 19.10.2. Tendencias actuales
 - 19.10.3. La banalización de la Moda

Módulo 20. Diseño de Moda avanzado

- 20.1. Mercados para la Moda
 - 20.1.1. La Moda femenina
 - 20.1.2. Mercados de Moda
 - 20.1.3. Mercados especializados
- 20.2. Las temporadas
 - 20.2.1. Las temporadas
 - 20.2.2. El ciclo de la Moda
 - 20.2.3. Tendencias en Moda
 - 20.2.4. Análisis de tendencias
 - 20.2.5. Desarrollo del proyecto
- 20.3. Investigación creativa
 - 20.3.1. Inspiración
 - 20.3.2. El cuaderno de campo
 - 20.3.3. Los materiales
 - 20.3.4. El Moodboard
- 20.4. Desarrollo y técnicas
 - 20.4.1. Estrategias de desarrollo
 - 20.4.2. Elementos del diseño
 - 20.4.3. Técnicas de construcción
 - 20.4.4. Técnicas de desarrollo
 - 20.4.5. Argumentación de la colección





- 20.5. Diseño de Moda
 - 20.5.1. Cómo es el Diseño en Moda
 - 20.5.2. La confección
 - 20.5.3. La industria de la Moda
 - 20.5.4. La colección de Moda
 - 20.5.5. Corte, confección y acabados
- 20.6. Accesorios en Moda
 - 20.6.1. Definición de accesorio
 - 20.6.2. Accesorios más utilizados en las colecciones
 - 20.6.3. La industria y el accesorio
- 20.7. Cómo presentar el proyecto
 - 20.7.1. Presentación en Moda
 - 20.7.2. Presentación de una colección
 - 20.7.3. Estilismo de Moda
- 20.8. Dónde y cuándo presentar el proyecto
 - 20.8.1. El calendario de la Moda
 - 20.8.2. La prensa de Moda
 - 20.8.3. Los editoriales en Moda
 - 20.8.4. Ferias y eventos
- 20.9. Estrategias de comunicación del proyecto
 - 20.9.1. Segundas líneas
 - 20.9.2. Ampliación de la colección
 - 20.9.3. Practicidad
- 20.10. El Diseño y la empresa
 - 20.10.1. Emprendimiento en Moda
 - 20.10.2. El branding
 - 20.10.3. El marketing como promoción
 - 20.10.4. Los derechos de autor

Módulo 21. Historia de la indumentaria

- 21.1. Prehistoria
 - 21.1.1. Introducción
 - 21.1.2. Las civilizaciones prehistóricas
 - 21.1.3. El comercio de los tiempos prehistóricos
 - 21.1.4. El traje de la prehistoria
 - 21.1.5. Las pieles y las peleterías
 - 21.1.6. Los tejidos y las técnicas
 - 21.1.7. Las concordancias cronológicas y las similitudes en el traje prehistórico
- 21.2. Edad Antigua: Egipto y Mesopotamia
 - 21.2.1. Egipto
 - 21.2.2. El pueblo asirio
 - 21.2.3. El pueblo persa
- 21.3. Edad Antigua: La Grecia clásica
 - 21.3.1. El traje cretense
 - 21.3.2. Los tejidos utilizados en la Antigua Grecia
 - 21.3.3. Las prendas de la Antigua Grecia
 - 21.3.4. Ropa interior de la Antigua Grecia
 - 21.3.5. Calzado de la Antigua Grecia
 - 21.3.6. Sombreros y tocados de la Antigua Grecia
 - 21.3.7. Colores y adornos de la Antigua Grecia
 - 21.3.8. Complementos de la Antigua Grecia
- 21.4. Edad Antigua: El Imperio romano
 - 21.4.1. Los tejidos de la Antigua Roma
 - 21.4.2. Las prendas de la Antigua Roma
 - 21.4.3. Ropa interior de la Antigua Roma
 - 21.4.4. Calzado de la Antigua Roma
 - 21.4.5. Sombreros y tocados de la Antigua Roma
 - 21.4.6. Relación del estatus social y la vestimenta en la Antigua Roma
 - 21.4.7. El estilo bizantino
- 21.5. Alta Edad Media y Baja Edad Media
 - 21.5.1. Rasgos históricos generales de la época medieval
 - 21.5.2. El traje en los inicios de la época medieval
 - 21.5.3. El traje en el período carolingio
 - 21.5.4. El traje en la época románica
 - 21.5.5. El traje gótico
- 21.6. La Edad Moderna: Renacimiento, Barroco y Rococó
 - 21.6.1. Siglo XV y XVI: Renacimiento
 - 21.6.2. Siglo XVII: Barroco
 - 21.6.3. Siglo XVIII: Rococó
- 21.7. Edad Contemporánea: Neoclasicismo y Romanticismo
 - 21.7.1. La industria de la indumentaria
 - 21.7.2. Charles Frederick Worth
 - 21.7.3. Jacques Doucet
 - 21.7.4. La indumentaria femenina
 - 21.7.5. Josefina Bonaparte: el estilo imperio
- 21.8. Edad Contemporánea: Época victoriana y la Belle Époque
 - 21.8.1. La Reina Victoria
 - 21.8.2. La indumentaria masculina
 - 21.8.3. Dandy
 - 21.8.4. Paul Poiret
 - 21.8.5. Madeleine Vionnet
- 21.9. Edad Contemporánea: de indumentaria a Moda
 - 21.9.1. Nuevo contexto y cambio social
 - 21.9.2. Diseñadores de Moda
 - 21.9.3. Coco Chanel
 - 21.9.4. El New look
- 21.10. Edad contemporánea: el siglo de los diseñadores y la Moda
 - 21.10.1. El vestir moderno
 - 21.10.2. El ascenso de los diseñadores estadounidenses
 - 21.10.3. La escena londinense

Módulo 22. Patronaje masculino

- 22.1. Evolución de la Moda masculina
 - 22.1.1. Contexto social e histórico de la Moda masculina
 - 22.1.2. La renuncia al ornamento y reconquista del derecho a la Moda
 - 22.1.3. Historia de la sastrería
- 22.2. La vestimenta masculina
 - 22.2.1. Tipologías de prendas y variaciones
 - 22.2.2. El accesorio masculino
 - 22.2.3. Análisis de marcas y comunicación
 - 22.2.4. Tendencias del momento
- 22.3. Estudio de las morfologías masculinas
 - 22.3.1. Evolución del cuerpo masculino
 - 22.3.2. Estudio del cuerpo masculino
 - 22.3.3. Tipología del cuerpo masculino
- 22.4. Patrón de la camisa
 - 22.4.1. Medidas
 - 22.4.2. Trazado
 - 22.4.3. Variaciones
- 22.5. Patrón del pantalón
 - 22.5.1. Medidas
 - 22.5.2. Trazado
 - 22.5.3. Variaciones
- 22.6. Trazado de la chaqueta
 - 22.6.1. Medidas
 - 22.6.2. Trazado
 - 22.6.3. Variaciones
- 22.7. Diseños de solapa de la chaqueta
 - 22.7.1. Medidas
 - 22.7.2. Trazado
 - 22.7.3. Variaciones

- 22.8. Patrón del chaleco
 - 22.8.1. Medidas
 - 22.8.2. Trazado
 - 22.8.3. Variaciones
- 22.9. El abrigo masculino
 - 22.9.1. Medidas
 - 22.9.2. Trazado
 - 22.9.3. Variaciones
- 22.10. Confección tradicional del traje de sastre
 - 22.10.1. Materiales
 - 22.10.2. Forrado
 - 22.10.3. Montaje
 - 22.10.4. Costura



Diseñarás estrategias creativas y sostenibles para transformar el ciclo de vida de una prenda en un proceso tanto responsable, como eficiente”

04

Objetivos docentes

A través de esta titulación universitaria los profesionales adquirirán las competencias necesarias para dominar cada etapa del Diseño de Moda, desde la conceptualización, hasta la comercialización. Así, a través de un enfoque práctico y actualizado, los diseñadores desarrollarán habilidades técnicas avanzadas, capacidad creativa y visión estratégica. De esta manera, serán capaces de innovar en el Diseño, liderar proyectos y adaptarse a las demandas de un sector en constante transformación.





“

*Adquirirás habilidades avanzadas en
Diseño Textil, desarrollando materiales
innovadores y sostenibles que redefinan
los estándares de la industria”*



Objetivos generales

- ♦ Desarrollar habilidades para crear colecciones de moda innovadoras y funcionales
- ♦ Aplicar principios de diseño y tendencias en la creación de prendas de vestir y accesorios
- ♦ Desarrollar competencias en el uso de herramientas y software de diseño de moda
- ♦ Aplicar técnicas de investigación de tendencias para anticipar y adaptarse a los cambios del mercado
- ♦ Desarrollar habilidades en la creación de patrones y la producción de prototipos de prendas
- ♦ Aplicar técnicas de confección avanzada para la producción de prendas de alta calidad
- ♦ Desarrollar competencias en la gestión de la cadena de suministro de materiales y tejidos para la moda
- ♦ Aplicar principios de sostenibilidad y ética en la creación y producción de moda
- ♦ Desarrollar habilidades en la creación de marcas de moda y estrategias de posicionamiento
- ♦ Aplicar enfoques de marketing y comunicación para promover colecciones de moda en el mercado global
- ♦ Desarrollar competencias en la gestión y organización de desfiles de moda y eventos relacionados
- ♦ Aplicar técnicas de ilustración de moda para comunicar ideas de diseño visualmente
- ♦ Desarrollar habilidades en la gestión del ciclo de vida del producto de moda, desde el diseño hasta la comercialización
- ♦ Aplicar principios de estilismo y asesoría de imagen en la presentación de colecciones de moda
- ♦ Desarrollar competencias en la gestión de proyectos de moda y equipos creativos multidisciplinarios
- ♦ Aplicar técnicas de investigación y análisis de mercado para comprender las necesidades y deseos de los consumidores
- ♦ Desarrollar habilidades en la producción y gestión de la industria de la moda, tanto a nivel local como internacional
- ♦ Aplicar principios de diseño inclusivo y diversidad en la creación de prendas que se adapten a diferentes cuerpos y estilos
- ♦ Desarrollar competencias en la creación de colecciones cápsula y moda personalizada
- ♦ Aplicar técnicas de innovación tecnológica para el diseño de moda, como la impresión 3D y la moda digital



Objetivos docentes específicos

Módulo 1. Diseño estructural e integral de Moda

- ♦ Fomentar la aplicación de técnicas de dibujo expresivo para representar el cuerpo humano y sus proporciones
- ♦ Ampliar el entendimiento de la semiótica visual en el Diseño tridimensional y el uso del color
- ♦ Impulsar el dominio de herramientas digitales y tradicionales para la creación de bocetos y prototipos
- ♦ Consolidar habilidades en la personalización y transformación de prendas mediante procesos innovadores

Módulo 2. El producto textil

- ♦ Desarrollar competencias para analizar el impacto cultural y antropológico del Diseño textil
- ♦ Proveer conocimientos sobre técnicas avanzadas de confección y producción industrial de prendas
- ♦ Facilitar la comprensión de los procesos de testado y Diseño de productos textiles para su optimización
- ♦ Integrar criterios de sostenibilidad en la selección de materiales y procesos de diseño

Módulo 3. El Diseño de joyas y accesorios

- ♦ Promover la creatividad en el desarrollo de colecciones de joyería y accesorios personalizables
- ♦ Potenciar el uso de tecnologías como la impresión 3D y Rhinoceros para el prototipado avanzado
- ♦ Ampliar conocimientos sobre materiales específicos utilizados en el Diseño de complementos
- ♦ Facilitar la conceptualización de líneas de accesorios alineadas con la identidad de marca

Módulo 4. Indumentaria de prendas especiales

- ♦ Analizar las necesidades técnicas y estilísticas en el Diseño de prendas deportivas y escénicas
- ♦ Optimizar el proceso de Diseño y confección para prendas de alta costura y *tailoring*
- ♦ Fomentar la creatividad en el desarrollo de vestuarios para cine, teatro y eventos especiales
- ♦ Facilitar la incorporación de técnicas avanzadas de patronaje en proyectos experimentales

Módulo 5. CLO Virtual Fashion Design

- ♦ Facilitar la integración de diseños en 2D y 3D mediante el uso de CLO Virtual Fashion
- ♦ Impulsar la creación de texturas realistas para prendas digitales mediante técnicas avanzadas
- ♦ Fomentar la animación y simulación de avatares en entornos virtuales
- ♦ Consolidar habilidades en la promoción y comercialización de colecciones virtuales

Módulo 6. Estilismo y tendencias en la Moda

- ♦ Potenciar el análisis de perfiles de consumidores globales y locales en el contexto de la Moda
- ♦ Proveer herramientas para la interpretación y predicción de tendencias mediante análisis estratégico
- ♦ Ampliar el conocimiento sobre el impacto del color en las decisiones de compra
- ♦ Facilitar la creación de informes de tendencias alineados con las macro tendencias del mercado

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

- ♦ Impulsar el Diseño de identidades visuales sólidas para marcas de Moda
- ♦ Integrar tecnologías como la inteligencia artificial y *chatbots* en estrategias de marca
- ♦ Facilitar el uso de herramientas analíticas como Google Analytics y Power BI para optimizar resultados
- ♦ Consolidar estrategias de fidelización y *engagement* mediante técnicas de marketing de contenidos

Módulo 8. Comercialización de la colección

- ♦ Estimular el desarrollo de colecciones conceptuales desde la inspiración hasta la comercialización
- ♦ Potenciar la creación de alianzas estratégicas entre diseñadores, marcas y artistas
- ♦ Fomentar la gestión de ferias y eventos de Moda como plataformas de comercialización
- ♦ Consolidar la implementación de ecodiseño en colecciones orientadas a la sostenibilidad

Módulo 9. Gestión de compras para la Moda

- ♦ Optimizar la planificación y control de inventarios mediante herramientas digitales como Excel y Access
- ♦ Proveer estrategias para gestionar dinámicas de mercado y ciclos de vida de productos de Moda
- ♦ Fomentar el análisis de datos con herramientas avanzadas como Tableau para la toma de decisiones
- ♦ Impulsar la implementación de metodologías ágiles para la gestión de proyectos de compras

Módulo 10. Taller de emprendimiento y dirección creativa

- ◆ Promover la creación de startups de Moda con un enfoque innovador y disruptivo
- ◆ Proveer estrategias para liderar equipos creativos en proyectos de diseño
- ◆ Facilitar el desarrollo de cadenas de valor sostenibles en el sector de la Moda y el lujo
- ◆ Consolidar técnicas de presentación y puesta en escena de colecciones para maximizar su impacto

Módulo 11. Fundamentos e introducción al diseño

- ◆ Proveer un marco histórico que conecte la evolución del Diseño con las tendencias actuales
- ◆ Facilitar la comprensión de estilos y movimientos que han influido en el Diseño moderno
- ◆ Estimular la aplicación de metodologías proyectuales adaptadas al Diseño de Moda
- ◆ Potenciar la capacidad de análisis estético y funcional de los objetos diseñados

Módulo 12. Patronaje y confección

- ◆ Promover el dominio de técnicas de patronaje para prendas femeninas, masculinas e infantiles
- ◆ Fomentar el uso de herramientas y tecnologías avanzadas para el corte y la confección
- ◆ Ampliar conocimientos en *moulage* como técnica experimental para la modelización de prendas
- ◆ Consolidar habilidades en el Diseño y transformación de patrones a escala

Módulo 13. Fotografía

- ◆ Proveer conocimientos técnicos sobre composición y parámetros básicos en fotografía de Moda
- ◆ Estimular el uso de software especializado como Lightroom y Photoshop para la edición profesional
- ◆ Fomentar la integración de la fotografía como herramienta clave en campañas de Moda
- ◆ Facilitar la comprensión de técnicas de iluminación natural y artificial en entornos creativos

Módulo 14. Dibujo de Moda

- ◆ Promover la creación de ilustraciones de Moda con técnicas tradicionales y digitales
- ◆ Facilitar el estudio anatómico y proporciones del cuerpo humano para diseños precisos
- ◆ Consolidar la capacidad de representar materiales y texturas de manera realista en los figurines
- ◆ Estimular el desarrollo de un estilo personal en la ilustración de Moda

Módulo 15. Tecnología textil

- ◆ Proveer conocimientos sobre la clasificación y propiedades de las fibras textiles
- ◆ Fomentar la innovación en el uso de tejidos técnicos e inteligentes para aplicaciones específicas
- ◆ Facilitar el análisis de procesos de teñido y estampación para optimizar resultados
- ◆ Consolidar competencias en el Diseño y desarrollo de textiles sostenibles

Módulo 16. Sistemas de representación aplicados a la Moda

- ◆ Estimular la precisión en la creación de dibujos técnicos para la representación de prendas
- ◆ Facilitar el Diseño de detalles de construcción y elementos decorativos en los modelos
- ◆ Promover la integración de cierres y fornituras en los diseños técnicos
- ◆ Ampliar habilidades en la elaboración y exportación de fichas técnicas profesionales

Módulo 17. Diseño de Moda

- ◆ Fomentar la capacidad de conceptualizar colecciones basadas en referentes estilísticos y ergonómicos
- ◆ Facilitar la investigación gráfica y documental como base para la creación de proyectos de Moda
- ◆ Estimular el desarrollo técnico de prototipos con cartas textiles y cromáticas definidas
- ◆ Proveer herramientas para la presentación y comunicación efectiva de colecciones

Módulo 18. Sostenibilidad en Moda

- ◆ Consolidar estrategias para diseñar prendas que reduzcan su impacto ambiental durante todo su ciclo de vida
- ◆ Promover el uso de materiales reciclados y procesos de producción sostenibles
- ◆ Facilitar la creación de cadenas de suministro responsables y con impacto positivo en las comunidades locales
- ◆ Fomentar el Diseño modular y de larga duración como alternativa a la Moda rápida



Módulo 19. Historia de la Moda

- ♦ Proveer una visión integral de la evolución histórica de la Moda y su impacto en la sociedad
- ♦ Facilitar el análisis de estilos y diseñadores que marcaron hitos en la historia de la Moda
- ♦ Promover el entendimiento de la relación entre la Moda, el arte y los movimientos culturales
- ♦ Fomentar la reflexión crítica sobre las tendencias actuales a partir de un enfoque histórico

Módulo 20. Diseño de Moda avanzado

- ♦ Fomentar el análisis profundo de mercados especializados y sus dinámicas
- ♦ Facilitar el desarrollo de proyectos de Diseño avanzados con estrategias de comunicación sólidas
- ♦ Consolidar competencias en la creación de colecciones innovadoras y prácticas
- ♦ Promover el emprendimiento en Moda mediante el Diseño estratégico y el branding efectivo

Módulo 21. Historia de la indumentaria

- ♦ Proveer un contexto histórico sobre la evolución de la indumentaria en diferentes épocas
- ♦ Fomentar el análisis de los materiales y técnicas empleados en la confección tradicional
- ♦ Facilitar la comprensión de la influencia de factores sociales y culturales en la indumentaria
- ♦ Promover el estudio de las conexiones entre el Diseño moderno y las tradiciones históricas

Módulo 22. Patronaje masculino

- ♦ Consolidar habilidades en el trazado y transformación de patrones masculinos para diversas prendas
- ♦ Promover la aplicación de técnicas de sastrería tradicional en la confección de trajes
- ♦ Facilitar la personalización y adaptación de patrones según las morfologías masculinas
- ♦ Estimular la innovación en diseños contemporáneos de prendas masculinas, manteniendo un enfoque técnico y estético



Desarrollarás colecciones de alta costura y prêt-à-porter con una visión innovadora, alineada con las tendencias del mercado global”

05

Salidas profesionales

Tras finalizar este programa universitario, los profesionales del Diseño estarán preparados para liderar proyectos creativos, gestionar marcas de moda y desempeñarse en áreas como el Diseño Textil, la Dirección de Colecciones y la Consultoría en Sostenibilidad. Además, estarán altamente cualificados para ocupar roles estratégicos en empresas de lujo, moda digital y producción industrial. En definitiva, los egresados se abrirán paso para desempeñarse en un mercado global exigente y competitivo.



“

Impulsarás tu carrera como Consultor de Branding y Tendencias, ayudando a marcas a posicionarse en un mercado cada vez más competitivo”

Perfil del egresado

El egresado de este Grand Master se caracterizará por su capacidad para combinar creatividad, técnica y estrategia en la creación de soluciones innovadoras en el ámbito de la Moda. De esta manera, estará preparado para liderar proyectos en moda digital, sostenibilidad y gestión de marcas, destacándose por su dominio de herramientas avanzadas, conocimiento de tendencias globales y enfoque en la sostenibilidad. En síntesis, el perfil versátil y competitivo de este experto le permitirá integrarse en diversos segmentos de la industria de la moda, tanto a nivel local, como internacional.

Destacarás por tu habilidad para integrar herramientas digitales, técnicas tradicionales y análisis de datos en la gestión de Moda.

- ♦ **Pensamiento crítico y creativo:** analizar problemas complejos en el ámbito de la Moda y proponer soluciones innovadoras que combinen estética, funcionalidad y sostenibilidad
- ♦ **Dominio tecnológico:** utilizar herramientas digitales avanzadas como software de diseño 3D, CAD y análisis de datos, optimizando procesos creativos y productivos
- ♦ **Gestión estratégica:** liderar proyectos y equipos, planificar colecciones y tomar decisiones basadas en datos, adaptándose a un entorno competitivo y globalizado
- ♦ **Adaptabilidad y enfoque sostenible:** integrar prácticas éticas y sostenibles en todas las etapas del diseño y la producción, respondiendo a las necesidades actuales de la industria y los consumidores





Después de realizar el programa universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. **Director de Colecciones de Moda:** encargado de conceptualizar, planificar y supervisar el desarrollo de colecciones alineadas con las tendencias del mercado y los valores de la marca.
2. **Diseñador de Moda Digital:** creador de prendas y colecciones virtuales mediante herramientas avanzadas de diseño 3D y simulación digital.
3. **Consultor en Sostenibilidad para la Moda:** responsable de implementar estrategias sostenibles en empresas textiles, optimizando procesos y reduciendo el impacto ambiental.
4. **Director Creativo en Moda:** líder responsable de la dirección artística y conceptual de una marca, orientando las decisiones de diseño, comunicación y marketing.
5. **Diseñador Textil:** desarrollador de tejidos, estampados y materiales innovadores, adaptados a las demandas del mercado y la sostenibilidad.
6. **Estilista de Moda:** asesor en la selección de prendas y accesorios para editoriales, campañas publicitarias o eventos, creando una imagen coherente y atractiva.
7. **Consultor de Branding y Comunicación en Moda:** gestor de la identidad visual y estratégica de marcas para posicionarlas en un mercado competitivo.
8. **Product Manager en Moda:** supervisor del ciclo completo de un producto, desde su Diseño hasta su comercialización, asegurando su rentabilidad y éxito en el mercado.
9. **Diseñador de Joyería y Accesorios:** creador de piezas exclusivas y funcionales, combinando materiales tradicionales y tecnologías avanzadas como la impresión 3D.
10. **Gerente de Producción Textil:** coordinador de los procesos de fabricación en plantas textiles, asegurando eficiencia y cumplimiento de estándares de calidad.

06

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.



“

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 según el índice global score, 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

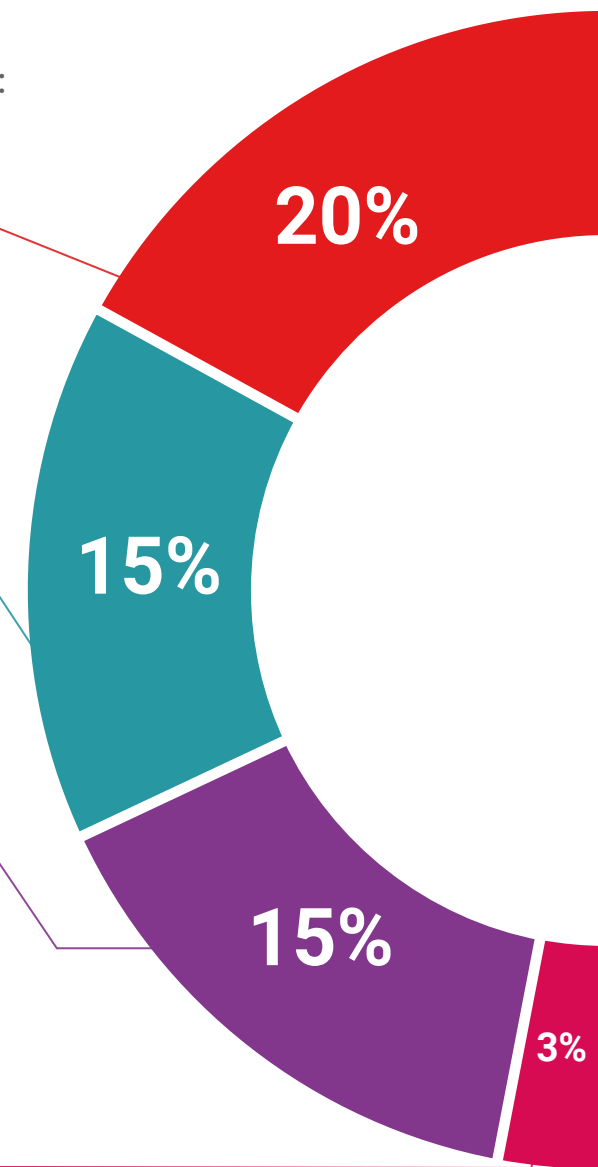
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

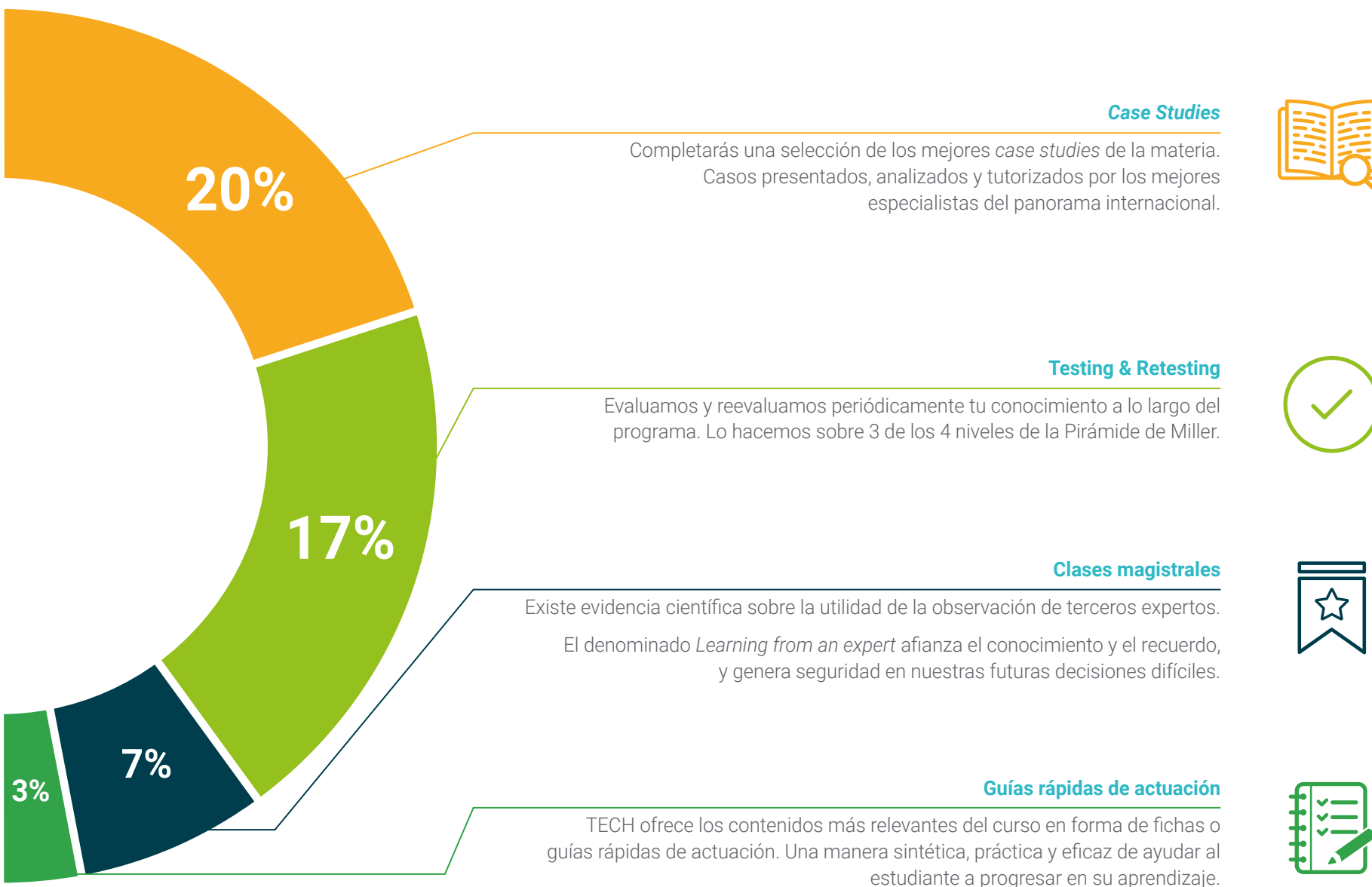
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





07

Cuadro docente

El equipo docente de este programa universitario está conformado por destacados expertos en el sector de la Moda, que combinan una sólida trayectoria profesional con un profundo conocimiento académico. Este equipo multidisciplinar incluye diseñadores de renombre, especialistas en Moda digital, expertos en sostenibilidad y líderes en gestión empresarial, quienes aportan una visión actualizada y práctica de la industria. Además, gracias a su experiencia, los egresados accederán a un itinerario académico de primer nivel que los preparará para enfrentar los retos del mercado global actual.



“

Contarás con la guía de diseñadores, consultores y académicos de prestigio internacional, que aportan una visión actualizada del sector. ¿Qué esperas para inscribirte en el posgrado más completo?”

Directora Invitada Internacional

Con una larga trayectoria en la industria de la **moda femenina y masculina**, Susanna Moyer ha trabajado para marcas de lujo como **Christian Dior Paris, Liz Claiborne y Hickey Freeman**. Asimismo, ha gestionado y desarrollado estrategias empresariales, impulsando los resultados de los equipos de diseño. Además, creó su propia marca y durante 10 años diseñó, financió y supervisó todas las operaciones de su colección homónima, que se vende en Neiman Marcus, Nordstrom y más de 250 tiendas especializadas.

Una de sus áreas de interés es la **educación en diseño**, por lo que ha centrado gran parte de su carrera profesional a transmitir sus conocimientos en este ámbito de la moda. Así colabora con instituciones de renombre a escala global como la Parsons School of Design y en el Fashion Institute of Technology. También ha impartido cursos en diferentes países, uno de ellos es la Universidad Americana de París, donde ha creado módulos sobre sostenibilidad y ética en el sector. Su objetivo es enseñar su visión propia y promover proyectos cada vez más especializados.

Por otra parte, se desempeña como **Directora Creativa del Consejo de Diseñadores Asiáticos de América**, donde asesora a profesionales de la moda. En esta línea, también es miembro de la **Fashion Consort**, una agencia de expertos en este campo que crean y difunden contenidos que inspiran y educan a empresas, estudiantes y consumidores, centrándose en temas de actualidad e innovaciones.

A lo largo de su trayectoria, ha ofrecido numerosas conferencias en centros de moda enfocadas en el **espíritu empresarial, la teoría del diseño y el desarrollo profesional**. Aparte, por su labor en esta disciplina, ha recibido el premio **IAF World Designer** y su trabajo ha aparecido en medios como Vogue Italia, Vogue Francia, Men's Health, Forbes y GQ.



Dña. Moyer, Susanna

- Directora Creativa del Consejo de Diseñadores Asiáticos de América, Nueva York, Estados Unidos
- Catedrática en Parsons The New School of Design
- Académica Adjunta en el Fashion Institute of Technology
- Directora Creativa del Centro Issachar de Estudios Empresariales
- Directora Creativa de Career Gear
- Máster en Negocios y Moda por el Fashion Institute of Technology
- Graduada en Bellas Artes por Parsons The New School of Design



*Gracias a TECH podrás
aprender con los mejores
profesionales del mundo"*

Directora Invitada Internacional

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

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

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

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



Dña. Francis, Jane

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

“

No dejes pasar la oportunidad de ponerte al día con el material didáctico más actualizado y las directrices de un grupo de reputados Directores Invitado Internacionales”

Dirección



Dra. García Barriga, María

- Doctora en Diseño y Datos de Marketing
- Comunicadora en RTVE
- Comunicadora en Telemadrid
- Editora en Jefe de Chroma Press
- Ejecutiva de Cuentas de Marketing y Redes Sociales en Servicecom
- Redactora de Contenidos Web en Premium Difusión, Diario Siglo XXI y Managers Magazine
- Doctora en Diseño y Datos de Marketing por la Universidad Politécnica de Madrid
- Licenciada en Ciencias de la Información, Comunicaciones, Marketing y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid
- Posgrado en Marketing y Comunicación en Empresas de Moda y Lujo por la Universidad Complutense de Madrid
- MBA Fashion Business School en la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra

Profesores

Dña. García Barriga, Elisa

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

D. Pereira Paz, Juan Carlos

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

Dña. Vela Covisa, Susana

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

Dña. Rodríguez Flomenboim, Florencia

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

D. Holgueras, Javier

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

Dña. Romero Monente, Begoña

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

Dña. Miñana Grau, Mari Carmen

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





Dña. Anguiano, Daniela

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

“

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

08 Titulación

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



“

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

Este **Grand Master en Diseño de Moda Integral** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Grand Master** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Grand Master, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

TECH es miembro de **The Design Society (DS)**, la mayor comunidad de expertos destacados en la ciencia del diseño. Esta distinción consolida su presencia en redes internacionales dedicadas a la evolución teórica y práctica del diseño.

Aval/Membresía



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

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **2 años**



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



Grand Master

Diseño de Moda Integral

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 2 años
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Grand Master

Diseño de Moda Integral

Aval/Membresía



tech
universidad