

# Máster Título Propio

## Diseño de Moda





**tech** universidad  
FUNDEPOS

## Máster Título Propio Diseño de Moda

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: [www.techtitute.com/disenomaster/master-diseno-moda](http://www.techtitute.com/disenomaster/master-diseno-moda)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Competencias

---

*pág. 14*

04

Dirección de curso

---

*pág. 18*

05

Estructura y contenido

---

*pág. 26*

06

Metodología

---

*pág. 36*

07

Titulación

---

*pág. 44*

# 01

# Presentación

En la sociedad actual, el sector de la moda está adquiriendo cada vez más peso e influyendo, de manera considerable, en el modo de vida de las personas. El culto a la imagen y la posibilidad de acceder a prendas prêt-à-porter y low cost han favorecido el aumento del consumo, por lo que es precisa la aparición de nuevos diseñadores que estén dispuestos a adaptarse a un mercado en constante evolución y crear tendencias innovadoras y adaptadas a los requerimientos de los clientes. Este programa pretende ofrecer a los alumnos un conocimiento especializado sobre el diseño de moda, con el que poder aumentar su capacitación y convertirse en los grandes referentes del sector, cuyas colecciones puedan verse en las principales pasarelas internacionales.





“

*Estás a solo un paso de mostrar tus colecciones en Londres, París o Nueva York. Inscríbete en este programa y desarrolla las habilidades para conseguirlo”*

El diseño de moda ha ido evolucionando a pasos agigantados en las últimas décadas. Los avances tecnológicos, el acceso a una mayor información y los propios cambios en los hábitos del consumo y estilos de vida han aumentado las exigencias de los clientes, quienes demandan prendas y complementos de alta calidad a precios asequibles. Pero en estos requerimientos también se incluyen la apuesta por la innovación, la creación de tendencias y hasta el uso de materiales cada vez más sostenibles.

Además, la nueva sociedad ha pasado de orientarse al entorno digital, para enfocarse de pleno en el desarrollo de herramientas y realidades virtuales alternativas bajo la perspectiva de la sostenibilidad y de la innovación. Las aplicaciones en realidad aumentada y los sistemas de diseño en 3D han dejado de ser una opción relacionada con el ámbito del juego para formar parte de la vida cotidiana, convirtiéndose en el modelo de negocio de futuro del sector. Todo esto ocasiona que el diseñador de moda pase de ser un creador de prendas a convertirse en un profesional multidisciplinar, que debe contar con un amplio conocimiento de la industria de la moda en general y que debe ser capaz de controlar todas las fases del proceso.

Este Máster Título Propio en Diseño de Moda está dirigido a todos aquellos que quieran desarrollarse en esta disciplina desde una perspectiva ágil y actual, orientada a la adaptación al cambio, tanto desde el ámbito de la identidad visual y la producción de la colección, como en el uso de los nuevos materiales y tecnologías que están transformando el mundo. Un programa elaborado con el principal objetivo de favorecer su crecimiento profesional, orientándolos hacia la excelencia.

Una de las principales ventajas de este programa es que se oferta en un formato 100% online, por lo que será el propio alumno quien planifique su estudio, eligiendo el lugar y horario que mejor le convenga. De esta manera, podrá continuar con su capacitación mientras realiza el resto de sus obligaciones diarias, ya sean laborales o personales.

Este **Máster Título Propio en Diseño de Moda** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ◆ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en moda
- ◆ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información 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
- ◆ 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



*Si quieres que tus colecciones sean tan reconocidas como las de Giorgio Armani o Tom Ford, solo tienes que esforzarte por mejorar tus habilidades con este programa”*

“

*TECH Universidad FUNDEPOS te da la oportunidad de adquirir una especialización superior en diseño de moda a través de una metodología 100% online, fundamental para compaginar tus estudios con el resto de tus obligaciones”*

Incluye, en su cuadro docente, a profesionales pertenecientes al ámbito de la moda, 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, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

*La moda evoluciona constantemente, por ello, tus diseños deben ir acordes a los cambios de la sociedad y los estilos de vida.*

*¿Siempre has soñado con diseñar los vestuarios de las principales películas de Hollywood? Gracias a este programa, estarás más cerca de conseguirlo.*



# 02

## Objetivos

El diseño de moda es un sector en auge, por ello, cada vez surgen nuevos programas que buscan especializar a los alumnos en este sector. Sin embargo, este Máster Título Propio de TECH Universidad FUNDEPOS va un paso más allá, y pretende convertir a los estudiantes en diseñadores exitosos, que sean capaces de llevar sus colecciones a las principales pasarelas a nivel internacional, logrando influir en los hábitos de compra de los clientes.





“

*Crea las próximas tendencias de moda  
y logra influir con tus diseños en el  
estilo de los ciudadanos”*



## Objetivos generales

---

- ◆ Desarrollar habilidades virtuales para el nuevo entorno de la moda, manejando los códigos actuales y fomentando el espíritu creativo y artístico
- ◆ Elaborar un proyecto de diseño profesional con capacidad de repercusión global basado en las nuevas oportunidades
- ◆ Diseñar con conciencia en el uso de materiales, gracias a un conocimiento profundo en el uso de tejidos
- ◆ Tener agilidad y flexibilidad para afrontar los cambios con una perspectiva interdisciplinar
- ◆ Materializar la conexión entre el mundo imaginario y el mundo real

“

*Codéate con los diseñadores más importantes de la actualidad gracias a la especialización que te propone TECH Universidad FUNDEPOS con este programa”*





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Diseño estructural e integral de moda

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

### Módulo 2. El producto textil

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

### Módulo 3. El diseño de joyas y accesorios

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

### Módulo 4. Indumentaria de prendas especiales

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

### Módulo 5. CLO Virtual Fashion Design

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

### Módulo 6. Estilismo y tendencias en la moda

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

### Módulo 7. La identidad visual = UX + Branding

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





### Módulo 8. Comercialización de la colección

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

### Módulo 9. Gestión de compras para la moda

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

### Módulo 10. Taller de emprendimiento y dirección creativa

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

# 03

# Competencias

Con la realización de este programa en Diseño de Moda de TECH Universidad FUNDEPOS, el alumno adquirirá un nivel competencial superior que le permitirá desarrollarse con éxito en el diseño y creación de sus propias colecciones, pero también estará capacitado para manejar las diferentes herramientas digitales propias del sector, utilizar técnicas de Marketing que permitan posicionar su marca o, incluso, controlar todo el proceso de comercialización de sus productos. Sin duda, un programa que marcará un antes y un después en su capacitación.



“

*Tú puedes ser el próximo referente de la moda, tan solo tienes que esforzarte por aprender todo lo relacionado con el sector”*



## Competencias generales

---

- ◆ Desarrollar las habilidades necesarias para manejarse con éxito en el diseño de moda
- ◆ Liderar proyectos exitosos que sean demandados por el público
- ◆ Diseñar colecciones que se luzcan en las principales pasarelas nacionales e internacional
- ◆ Obtener una visión general del sector que permita ser más competitivo

“

*Tras realizar este Máster Título Propio de TECH Universidad FUNDEPOS, desarrollarás las competencias necesarias para triunfar en un sector en auge”*





## Competencias específicas

---

- ◆ Conocer en profundidad todas las fases del diseño de moda para lograr que el producto final sea todo un éxito
- ◆ Tener un pensamiento crítico sobre la cultura actual de la moda
- ◆ Aplicar las técnicas y materiales más sostenibles para crear diseños adaptados a las exigencias de la sociedad actual
- ◆ Utilizar las principales técnicas y tecnologías textiles para realizar prendas de calidad
- ◆ Controlar todas las fases de la comercialización de una prenda
- ◆ Coordinar y dirigir pasarelas de moda
- ◆ Desarrollar una marca propia de moda que alcance el éxito en el mercado
- ◆ Aplicar técnicas de marketing que favorezcan el posicionamiento y mayor conocimiento de la marca
- ◆ Conocer las tendencias actuales del sector de la moda y crear esas colecciones que se conviertan en un Must de la temporada
- ◆ Manejar con seguridad el programa CLO *Virtual Fashion*, fundamental para crear prendas para la industria de los videojuegos
- ◆ Diseñar joyas y otros accesorios que adquieran el favor del público

# 04

## Dirección del curso

El Máster Título Propio en Diseño de Moda de TECH Universidad FUNDEPOS ha sido elaborado por un equipo docente de primer nivel. Especialistas en diferentes ramas de la industria de la moda que entienden la necesidad de aportar un conocimiento especializado y de calidad a los alumnos para lograr profesionales altamente cualificados, que sean capaces de entender las tendencias actuales y manejar las principales técnicas y metodologías apropiadas para este sector.





“

*Aprende de la mano de los mejores especialistas del sector y sé capaz de diseñar tus propias colecciones”*

## 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 Thecoverroom**, 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

“

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

## Dirección



### Dña. García Barriga, María

- Más de 15 años de experiencia en generación de contenidos de diversa índole: logística y distribución, moda y literatura o conservación del patrimonio artístico
- Ha trabajado en grandes medios de comunicación como RTVE y Telemadrid
- Licenciada en Ciencias de la Información por la UCM
- Posgrado en Marketing y Comunicación en Empresas de Moda y Lujo por la UCM
- MBA de ISEM Fashion Business School, la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra
- Candidata al Doctorado en Creación de Tendencias de Moda
- Autora de El patrón de la eternidad: creación de una identidad en espiral para la automatización de tendencias de moda en la actualidad

## Profesores

### D. Pereira Paz, Juan Carlos

- ◆ Diseñador y director del proyecto DAB (Diseño y Autores Bolivianos)
- ◆ Responsable del área creativa y de la internacionalización de su marca, Juan de la Paz
- ◆ Especializado en Comunicación y Marketing de Moda
- ◆ Apariciones en revistas de moda y cultura de todo el mundo como Vogue Rusia, Harpers Bazaar Rusia, L' Officiel Italia, L' Officiel Arabia, Vogue Italia, Vogue México, Elle China, L' Officiel Argentina, entre otros, tanto en ediciones digitales como impresas

### D. Holgueras, Javier

- ◆ Responsable y analista de mercados en la sede principal de Apple en Irlanda
- ◆ Profesor del sistema de Marketing Mix Modelling, que ya puso en marcha en la empresa Kellogg's, en España
- ◆ Licenciado en Económicas
- ◆ Máster en Big Data y Análisis de Negocio

### Dña. García Barriga, Elisa

- ◆ Dinamizadora y *Community Manager* de una empresa de cosmética que se dedica a la fabricación de jabones naturales
- ◆ Responsable de la realización de las diferentes campañas que lleva a cabo Cosmética Natural El Sapo
- ◆ Asesora de imagen y de fotografía para colegios privados de toda España
- ◆ Fotógrafa especializada en impresión 3D y para redes sociales, lenguaje no verbal y creación de ambientes para la fotografía escolar
- ◆ Licenciada en Magisterio

### Dña. Romero Monente, Begoña

- ◆ Mentora personal y Coach para emprendedores
- ◆ Conferenciante y docente en diversos cursos de *Retail Management*, marketing digital y gestión de personas
- ◆ Directora general de la agencia Young Promotion, donde creó el servicio de *Personal Shopper* en los aeropuertos españoles y especializada en la ejecución de campañas de publicidad en las tiendas Duty Free, con cuentas como AENA, Dufry, L'Oréal, Diageo, Philip Morris, Montblanc, etcétera
- ◆ 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
- ◆ MBA en ISEM Fashion Business School de la Universidad de Navarra
- ◆ Coach certificada en la Escuela Europea de Coaching

**Dña. Vela Covisa, Susana**

- ◆ Directora de la agencia Polka Press Comunicación
- ◆ Fundadora y directora de la pasarela Atelier Couture
- ◆ Impulsora y coordinadora del espacio Sustainable Experience de MOMAD
- ◆ Profesora y tutora en diferentes universidades, escuelas de negocio y centros de formación, como el IED, la Universidad Francisco de Vitoria, Madrid School of Marketing y la Escuela de Moda de ELLE
- ◆ Más de 30 años de experiencia como responsable de diferentes departamentos de moda, especialmente de comunicación de diversas marcas, gabinetes de prensa, agencias, proyectos de moda, ferias y pasarelas internacionales, así como en la organización de eventos en el sector
- ◆ Técnico Superior de Moda
- ◆ Formación adicional en Moda Sostenible, especializada en Ecodiseño, Moda y Comunicación

**Dña. Rodríguez Flomenboim, Florencia**

- ◆ Asesora de imagen y responsable de la gestión de showrooms e implementación de *Concept Stores*
- ◆ Productora y editora de moda en diferentes editoriales, agencias y firmas
- ◆ Creativa escénica de diferentes obras teatrales, centrándose en la simbología de la imagen
- ◆ Licenciada en Artes Escénicas por la ESAD de Murcia
- ◆ Especializada en la creación artística y el análisis de tendencias de moda
- ◆ Diplomada en Relaciones Internacionales por el ITC Sraffa de Milán
- ◆ Maestría en Producción de Moda Editorial y Diseño de Moda por la American Modern School of Design, en su sede de Buenos Aires, Argentina





#### **Dña. Miñana Grau, Mari Carmen**

- ◆ Diseñadora freelance en Petite Antoinette
- ◆ Cofundadora de la marca @TheIraMare, especializada en diseño de pañuelos y complementos
- ◆ Diseñadora en diferentes pasarelas
- ◆ Grado Universitario en Diseño de Moda en Barreira Arte y Diseño
- ◆ Graduada en Grado Superior de Diseño y Estilismo de Indumentaria en Barreira Arte y Diseño
- ◆ Graduada en Grado Medio de Sombrerería y Diseño de Complementos en Barreira Arte y Diseño
- ◆ Curso de tecnología de confección
- ◆ Curso de patronaje, corte y confección de Indumentaria Valenciana

#### **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. Madrid
- ◆ Diseñadora de moda y gráfica. Fasrev. International Team
- ◆ Diseñadora de moda y gráfica para el diseñador Fernando Claro. Madrid
- ◆ Fundadora y directora artística. Pipper's Design. Madrid
- ◆ Diseñadora textil. Baby Zanell
- ◆ Diseñadora de Moda y Textil. Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina
- ◆ Curso en Producción de Moda. EBA, Buenos Aires, Argentina
- ◆ Curso Elle Education en Branded Content Creator. Mindway, Madrid

# 05

## Estructura y contenido

Este Máster Título Propio en Diseño de Moda ha sido estructurado pensando en las necesidades académicas de los profesionales del sector, que buscan mejorar sus habilidades en este campo mientras continúan con sus obligaciones laborales. Por eso, a través de un formato 100% online, se les ofrece la posibilidad de aprender sobre diferentes temas, como el producto textil, los accesorios y las joyas, las prendas especiales, las tendencias de la moda o las herramientas digitales más actuales para esta área de actuación.





“

*Crea prendas y accesorios sostenibles y apuesta por una evolución de un sector de la moda que proteja el medioambiente”*

## 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 costos
  - 5.10.2. Las subastas
  - 5.10.3. La industria de los videojuegos

## Módulo 6. Estilismo y tendencias en la moda

- 6.1. El consumidor global: oriente y occidente
  - 6.1.1. La moda en el contexto de la globalización
  - 6.1.2. La ostentación asiática
  - 6.1.3. El legado occidental
- 6.2. Las necesidades del consumidor actual
  - 6.2.1. Perfiles de los nuevos consumidores
  - 6.2.2. El prosumidor
  - 6.2.3. Toma de decisiones durante el proceso de compra
- 6.3. La expresión visual del color
  - 6.3.1. La importancia del color en las decisiones de compra
  - 6.3.2. Las emociones cromáticas
  - 6.3.3. El color en el ecosistema de la moda
- 6.4. Análisis e investigación de tendencias
  - 6.4.1. El cazador de tendencias
  - 6.4.2. De los *Trendsetters* al consumo de masas
  - 6.4.3. Agencias especializadas
- 6.5. Lanzamiento estratégico
  - 6.5.1. Macrotendencias y microtendencias
  - 6.5.2. Novedad, tendencia y “hype”
  - 6.5.3. El ciclo de difusión del producto
- 6.6. Metodología para el análisis de tendencias
  - 6.6.1. El arte y la ciencia del análisis predictivo
  - 6.6.2. Las fuentes de información en el mercado de la moda
  - 6.6.3. Extracción de *Insights*
- 6.7. El estilo de vida del consumidor de moda
  - 6.7.1. Valores y prioridades
  - 6.7.2. El nuevo lujo y su lugar en el mercado de la moda
  - 6.7.3. Entre la tienda física y el e-commerce
- 6.8. La conceptualización del mercado de la moda
  - 6.8.1. La experiencia de compra
  - 6.8.2. *“Hotspots”*
  - 6.8.3. *Digital Concept Stores*
- 6.9. El informe de tendencias
  - 6.9.1. Estructura y composición
  - 6.9.2. Presentación
  - 6.9.3. Evaluación y toma de decisiones
- 6.10. Tendencias de consumo post pandemia
  - 6.10.1. Cambios permanentes en los hábitos de consumo
  - 6.10.2. Las compras del futuro
  - 6.10.3. Tecnología y sostenibilidad: los ejes del cambio

## Módulo 7. La identidad visual = UX + Branding

- 7.1. El uso tecnológico de la moda
  - 7.1.1. La inteligencia artificial
  - 7.1.2. Materializar la ventaja competitiva
  - 7.1.3. Chatbot y personal *Shopper* virtual
- 7.2. La identidad y la gestión de cambio
  - 7.2.1. Diseño de la identidad de marca
  - 7.2.2. Construcción de la identidad de marca
  - 7.2.3. Impactos económicos
- 7.3. Google Analytics y Google Ads
  - 7.3.1. Posicionamiento estratégico de una marca de moda
  - 7.3.2. Google Ads
  - 7.3.3. Google Analytics
- 7.4. *Data Driven Marketing*
  - 7.4.1. El proceso de orientación a datos
  - 7.4.2. Recopilación y selección de datos
  - 7.4.3. Tabulación: estadística de datos
- 7.5. Creación de secuencias de patrones
  - 7.5.1. Gestión de métricas clave
  - 7.5.2. Métricas específicas de la moda
  - 7.5.3. Secuencias de patrones
- 7.6. Simulación de escenarios de innovación
  - 7.6.1. La innovación y la creatividad
  - 7.6.2. Simulación y predicción
  - 7.6.3. Microsoft Power Bi
- 7.7. Segmentación & gestión de bases de datos
  - 7.7.1. Segmentación de mercado
  - 7.7.2. Segmentación de públicos
  - 7.7.3. SQL para grandes volúmenes de datos
- 7.8. Fidelización & *Salesforce*
  - 7.8.1. El perfil emocional del consumidor de moda
  - 7.8.2. Captación de usuarios, retención de consumidores y clientes embajadores
  - 7.8.3. CRM: *Salesforce*

- 7.9. Marketing de contenidos
  - 7.9.1. Creación de una experiencia de usuario en el entorno digital
  - 7.9.2. *Customer Engagement Behaviour*
  - 7.9.3. Contenidos dentro y fuera de mi web
- 7.10. Creatividad con Python
  - 7.10.1. Estructura y elementos del lenguaje
  - 7.10.2. Funcionalidades de Python
  - 7.10.3. Creatividad a partir del uso de datos

## Módulo 8. Comercialización de la colección

- 8.1. Las dinámicas de la moda actuales
  - 8.1.1. *Fashion Weeks* y la alta costura
  - 8.1.2. La concreción de ideas y el *Sketchbook*
  - 8.1.3. La conceptualización de la colección
- 8.2. Creación de una colección
  - 8.2.1. *Moodboards* e inspiración internacional
  - 8.2.2. La fábricas y proveedores en el mundo
  - 8.2.3. Etiquetado y *Packaging*
- 8.3. Las alianzas estratégicas y las colaboraciones
  - 8.3.1. Los *Partners* estratégicos
  - 8.3.2. Entre diseñadores, empresarios y artistas
  - 8.3.3. Colecciones cápsula
- 8.4. Estilismo
  - 8.4.1. *Visual Merchandising*
  - 8.4.2. Escaparatismo
  - 8.4.3. Shooting digital: el escaparate móvil
- 8.5. Pasarelas y capitales de la moda
  - 8.5.1. El desfile
  - 8.5.2. París, Londres y Nueva York
  - 8.5.3. Pasarelas virtuales

- 8.6. Ferias y eventos de diseño
  - 8.6.1. Gestión de eventos en el mercado de la moda
  - 8.6.2. Los imperdibles: ferias nacionales e internacionales
  - 8.6.3. El entorno B2B
- 8.7. Ecodiseño e impacto medioambiental
  - 8.7.1. La artesanía
  - 8.7.2. El nuevo lujo
  - 8.7.3. La moda sostenible en números
- 8.8. Comercialización de la colección
  - 8.8.1. La orquesta omnicanal
  - 8.8.2. La optimización del canal online
  - 8.8.3. Las ventajas residuales del offline
- 8.9. Eventos personalizados
  - 8.9.1. Alineación de audiencias
  - 8.9.2. Estrategia de comunicación
  - 8.9.3. Puesta en escena
- 8.10. Evaluación final de la colección
  - 8.10.1. Las impresiones en cifras
  - 8.10.2. El análisis avanzado y los indicadores
  - 8.10.3. La reformulación de la prenda

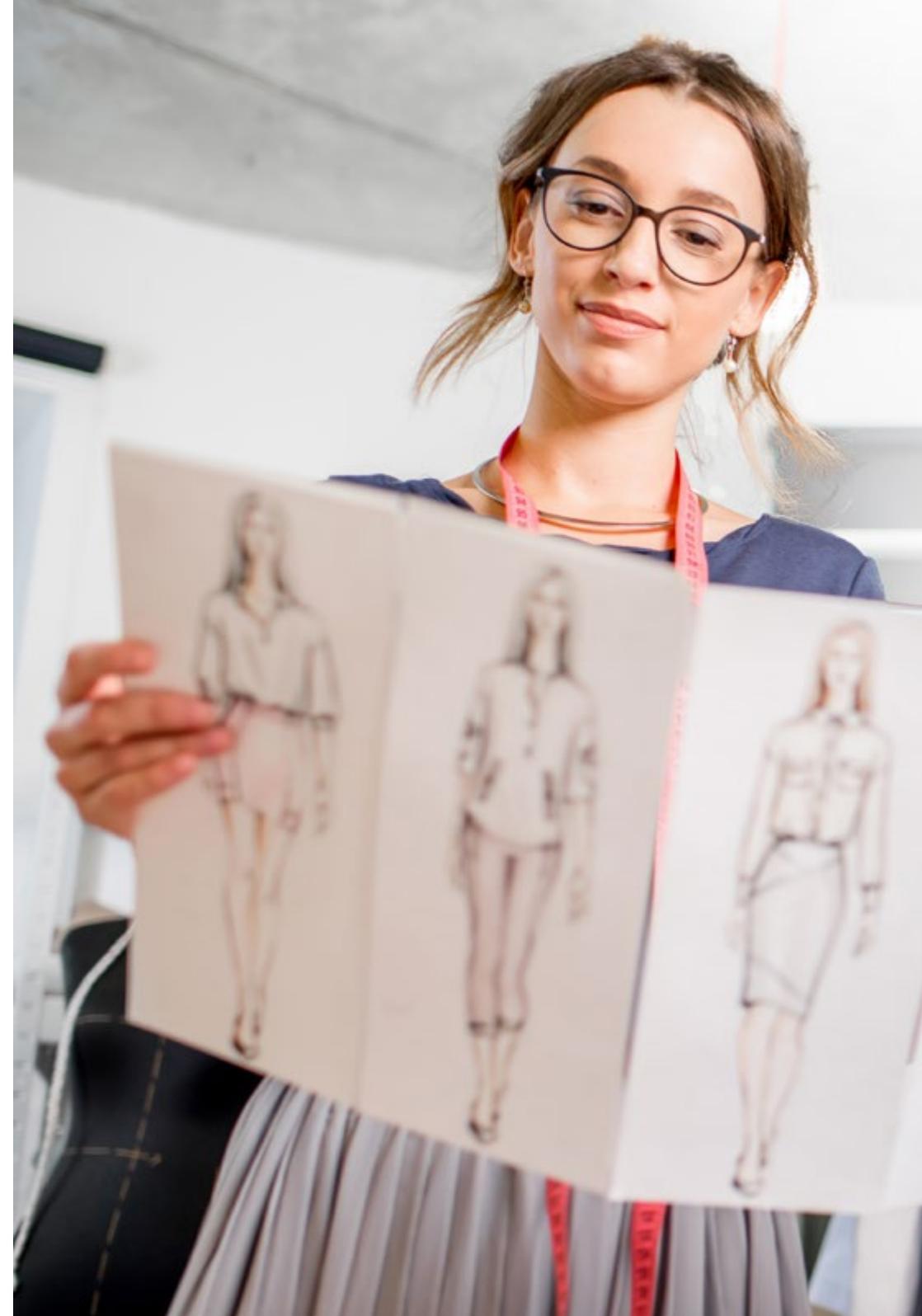
## Módulo 9. Gestión de compras para la moda

- 9.1. La dinámica de un comprador de moda
  - 9.1.1. El ciclo de vida del producto de moda
  - 9.1.2. La estacionalidad en el sector de la moda
  - 9.1.3. Palancas que activan el valor de marca
- 9.2. Formulación con Microsoft Excel
  - 9.2.1. Operaciones
  - 9.2.2. Cálculos
  - 9.2.3. Fórmulas

- 9.3. Aplicaciones de Excel
  - 9.3.1. Gráficos
  - 9.3.2. Tablas dinámicas
  - 9.3.3. Formularios
- 9.4. Tratamiento de errores
  - 9.4.1. Formato
  - 9.4.2. Número
  - 9.4.3. Texto
- 9.5. Creación de bases de datos con Microsoft Access
  - 9.5.1. La programación en Access
  - 9.5.2. Tipos de datos y propiedades de los campos
  - 9.5.3. Las consultas y las macros
- 9.6. Informes de bases de datos
  - 9.6.1. Almacenar datos
  - 9.6.2. Plantillas para bases de datos con Access
  - 9.6.3. Actualización de consultas
- 9.7. *Big data* con Tableau
  - 9.7.1. Organización de datos
  - 9.7.2. Representación de valores numéricos
  - 9.7.3. Uso de varias fuentes de datos
- 9.8. Personalización de los datos con Tableau
  - 9.8.1. Uso de cálculos
  - 9.8.2. Cálculos de tablas rápidos
  - 9.8.3. Líneas de referencia
- 9.9. Dashboard: visualización de datos
  - 9.9.1. Mapeo geográfico
  - 9.9.2. Visualización y comparación de medidas
  - 9.9.3. Estadísticas y pronóstico
- 9.10. Gestión de proyectos
  - 9.10.1. *Product Owner*
  - 9.10.2. Metodología Lean
  - 9.10.3. Metodología Agile

## Módulo 10. Taller de emprendimiento y dirección creativa

- 10.1. La innovación y la creatividad en los mercados de la moda
  - 10.1.1. Reinventar lo que ya existe en el diseño de modas
  - 10.1.2. Crear de la nada nuevos patrones
  - 10.1.3. Las patentes de los tejidos
- 10.2. El pensamiento disruptivo y el *Design Thinking*
  - 10.2.1. El pensamiento disruptivo y su impacto global
  - 10.2.2. El esquema visual del Design Thinking
  - 10.2.3. Resolución de problemas
- 10.3. Liderazgo y mentalidad empresarial
  - 10.3.1. El equipo
  - 10.3.2. La marca personal
  - 10.3.3. Gestión de la evolución y el crecimiento empresarial
- 10.4. La cadena de valor en la industria de la moda y el lujo
  - 10.4.1. Estructura del mercado de la moda a nivel global
  - 10.4.2. La cadena de valor tradicional
  - 10.4.3. La evolución de los eslabones de la cadena de valor de la moda
- 10.5. La *start Up* de moda
  - 10.5.1. Marco jurídico y legal
  - 10.5.2. Rondas de financiación
  - 10.5.3. El salto a la internacionalización
- 10.6. Dirección creativa para empresas de moda
  - 10.6.1. La dinámica de la creatividad
  - 10.6.2. Los perfiles profesionales
  - 10.6.3. Funciones del director creativo
- 10.7. Neurobiología de la creatividad
  - 10.7.1. La inteligencia
  - 10.7.2. Cuantificación creativa
  - 10.7.3. Los medios sociales





- 10.8. Técnicas de creatividad
  - 10.8.1. El bloqueo
  - 10.8.2. Técnicas de generación de ideas
  - 10.8.3. CRE- IN
- 10.9. Las fuentes de inspiración
  - 10.9.1. Dominar el pasado de la moda
  - 10.9.2. Las aspiraciones: el futuro
  - 10.9.3. El equilibrio compositivo entre pasado y futuro
- 10.10. La puesta en escena
  - 10.10.1. El marco compositivo en una colección de moda
  - 10.10.2. La percepción del espectador
  - 10.10.3. El imaginario de las marcas de moda

“ *Conocer las particularidades del diseño de moda te ayudará a crecer profesionalmente en este sector y crear esas colecciones que se conviertan en un Must de la temporada* ”

# 05

# Metodología

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

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



“

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

## Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

“

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



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



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

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

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

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

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

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

## Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



#### Material de estudio

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

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



#### Clases magistrales

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

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



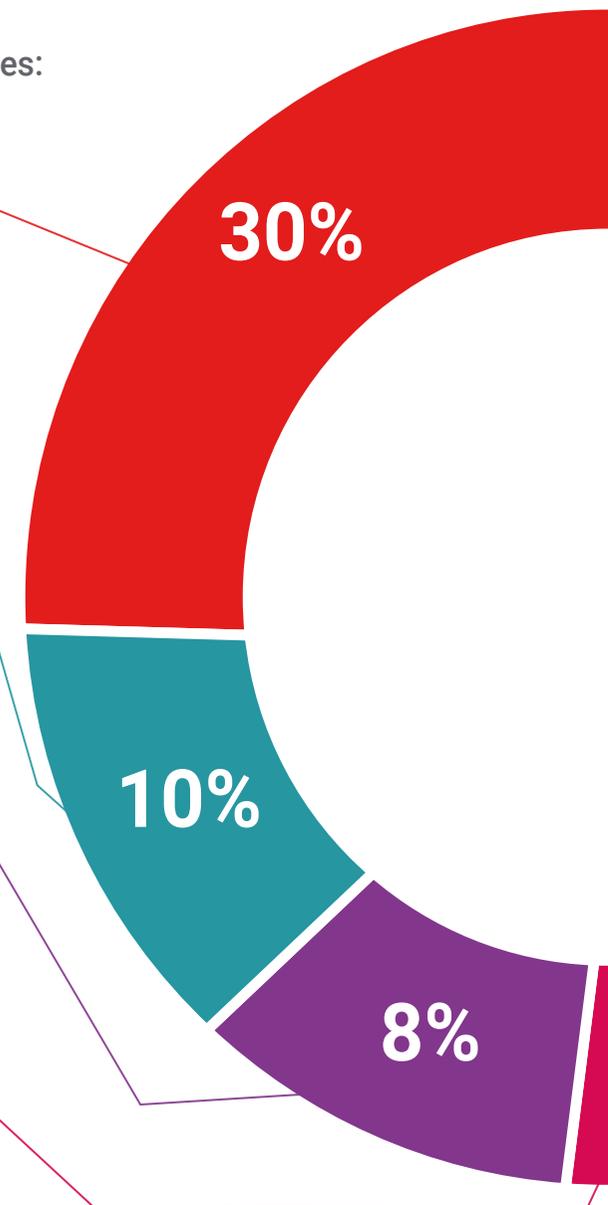
#### Prácticas de habilidades y competencias

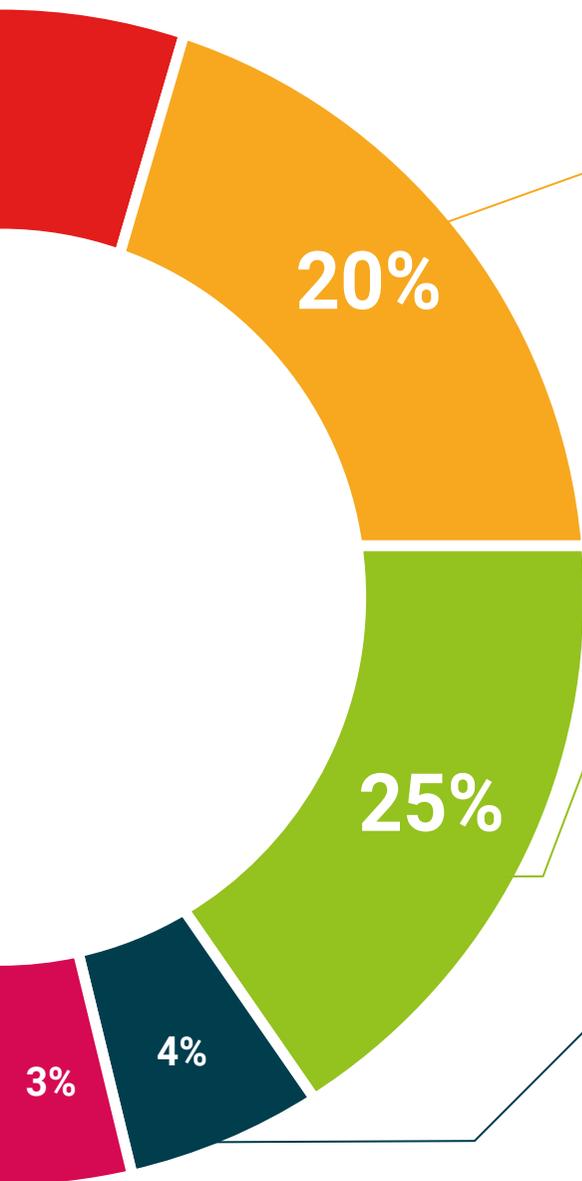
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Lecturas complementarias

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





#### Case studies

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



#### Resúmenes interactivos

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

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



#### Testing & Retesting

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



07

# Titulación

El Máster Título Propio en Diseño de Moda garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Máster Propio, uno expedido por TECH Universidad Tecnológica y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.



“

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

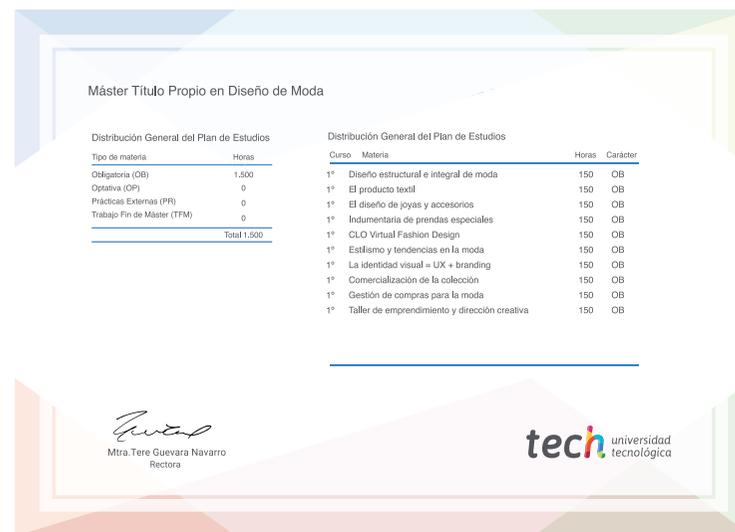
El programa del **Máster Título Propio en Diseño de Moda** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Universidad Tecnológica, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Universidad Tecnológica y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: **Máster Título Propio en Diseño de Moda**

N.º Horas: **1.500 h.**



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



## Máster Título Propio Diseño de Moda

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

# Máster Título Propio

## Diseño de Moda

