Máster Título Propio
Estilismo de Moda

Aval/Membresía

the Design Society
a worldwide community

tech global university

tech global university

Máster Título Propio
Estilismo de Moda

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **60 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Acceso web: **www.techtitute.com/diseno/master/master-estilismo-moda**

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. 26

05 Salidas profesionales — pág. 30

06 Metodología de estudio — pág. 34

07 Titulación — pág. 44

01

Presentación del programa

La Moda se proyecta como un fenómeno transversal que integra arte, comunicación, industria y tecnología. Dentro de este universo, el estilismo emerge como una disciplina clave para interpretar tendencias, construir narrativas visuales y potenciar identidades. Según la UNESCO, los sectores culturales y creativos generan cerca de 30 millones de empleos en el mundo, con la Moda como uno de sus pilares más dinámicos. Por ello, TECH ha desarrollado esta propuesta académica de vanguardia, orientada a desarrollar una mirada contemporánea en este inigualable mundo. Todo ello, a partir de una metodología 100% online, basada en la excelencia y la innovación. Así, los profesionales accederán a contenidos actualizados y guiados por especialistas, en un entorno digital de prestigio y rigor académico.

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

El Estilismo de Moda es hoy una herramienta estratégica que supera el ámbito del vestuario para convertirse en un lenguaje visual capaz de construir discursos, influencias y valores. En un escenario donde confluyen la industria cultural, las redes sociales, el arte y la tecnología, los profesionales del sector enfrentan el reto de dominar una disciplina en constante evolución. A esto se suma la creciente demanda de perfiles versátiles, capaces de integrar conceptos estéticos, narrativas visuales y tendencias globales con un enfoque creativo y técnico.

En este contexto, TECH ha diseñado este Máster Título Propio en Estilismo de Moda como una oportunidad académica que responde a los desafíos actuales de este campo desde una perspectiva integral. A través de un plan de estudios riguroso, se abordarán las nuevas aplicaciones en editoriales, cine, pasarelas, medios digitales y redes sociales. También, se enfatizará en temas como el uso de referencias culturales, la gestión de la imagen personal o corporativa, el análisis de tendencias y las técnicas de composición visual, colorimetría, dirección artística y sostenibilidad en la Moda.

Esta titulación universitaria se impartirá en una metodología 100% online que permite acceder a contenidos en cualquier momento y desde cualquier dispositivo. Asimismo, se integrará el método *Relearning*, enfocado en optimizar la adquisición de conocimientos mediante la repetición contextualizada, facilitando una experiencia académica eficiente, flexible y alineada con las demandas del presente profesional.

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

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Estilismo de 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 Estilismo 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

Gestionarás la imagen de marcas de Moda convirtiéndote en pieza clave dentro de equipos creativos. ¿Qué esperas para inscribirte y aplicar técnicas de Estilismo adaptadas a las herramientas digitales?

Implementarás prácticas estilísticas ideales en el entorno digital, integrando criterios éticos vinculados a la sostenibilidad, la identidad cultural y la representación visual"

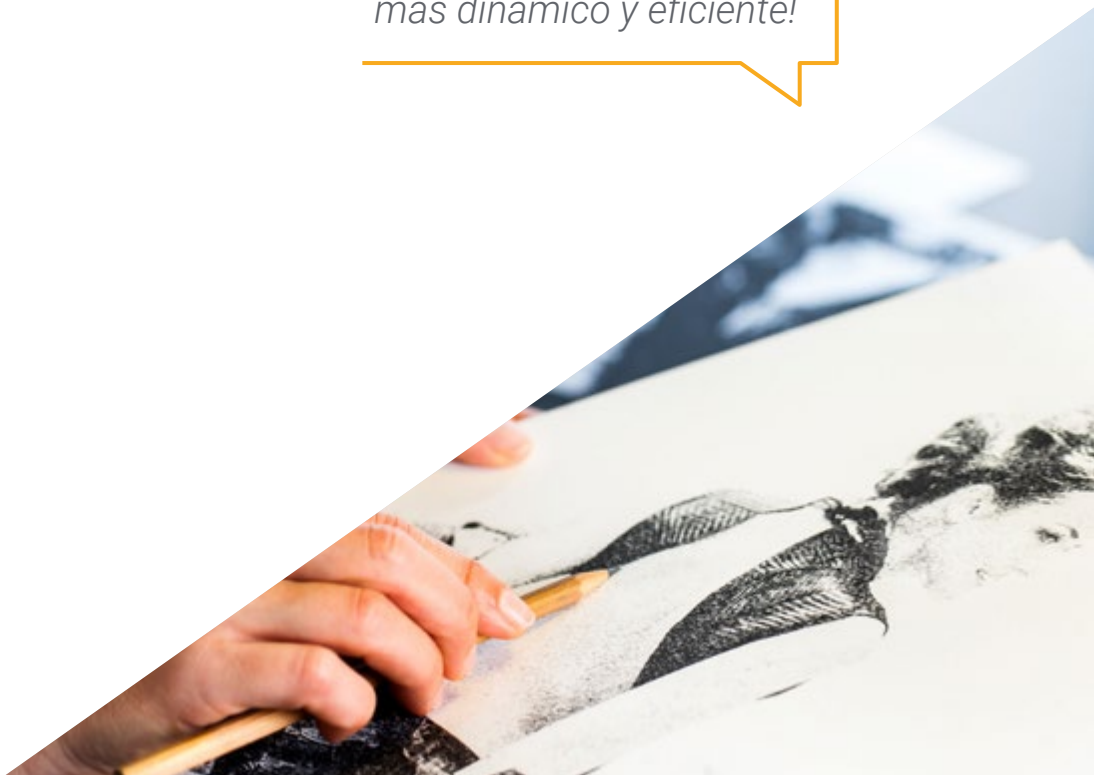
Adaptarás las últimas tendencias de Moda en la creación de estilismos adecuados para distintos eventos, audiencias y plataformas.

Con el sistema Relearning no tendrás que invertir una gran cantidad de horas de capacitación. ¡Inscríbete ya y domina los conceptos más relevantes de un modo más dinámico y eficiente!

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del Estilismo de 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 contextualizado, 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.



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 Wistuba, 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.

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

Este programa universitario de TECH ha sido elaborado por expertos en moda, estética y comunicación visual, asegurando un recorrido académico completo y actualizado. Durante el recorrido académico, los egresados adquirirán competencias clave como la gestión del color mediante técnicas de colorimetría, la comprensión profunda de la historia del arte o la moda y el dominio del estilismo aplicado a diversos soportes visuales. Por otro lado, explorarán la teoría estética, la fotografía, la comunicación editorial y los canales actuales del *Marketing* de moda. Todo ello, con un enfoque práctico, creativo y estratégico que potenciará perfiles profesionales altamente competitivos.

Adquirirás conocimientos en gestión de la imagen de marcas de Moda mediante estrategias creativas que conecten con audiencias exigentes y digitales"

Módulo 1. Colorimetría

1.1. Teoría del color
- 1.1.1. Percepción de la forma y el espacio
- 1.1.2. El color. Definición
- 1.1.3. Percepción del color
- 1.1.4. Propiedades o dimensiones del color
- 1.1.5. Clasificación del color

1.2. La percepción del color
- 1.2.1. El ojo humano
- 1.2.2. Visión de los colores
- 1.2.3. Variables en la percepción del color
- 1.2.4. Percepción no visual del color

1.3. Modelos y normalización del color
- 1.3.1. Historia del color
  - 1.3.1.1. Primeras teorías
  - 1.3.1.2. Leonardo Da Vinci
  - 1.3.1.3. Isaac Newton
  - 1.3.1.4. Moses Harris
  - 1.3.1.5. Goethe
  - 1.3.1.6. Runge
  - 1.3.1.7. Chevreul
  - 1.3.1.8. Rood
  - 1.3.1.9. Munsell
  - 1.3.1.10. Ostwald
- 1.3.2. Percepción visual
  - 1.3.2.1. Absorción y reflexión
  - 1.3.2.2. Las moléculas de pigmento
- 1.3.3. Atributos del color
  - 1.3.3.1. Tono
  - 1.3.3.2. Luminancia
  - 1.3.3.3. Saturación
- 1.3.4. Colores cálidos y fríos
- 1.3.5. La armonía en los colores
- 1.3.6. El contraste
- 1.3.7. Efectos del color
  - 1.3.7.1. El tamaño
  - 1.3.7.2. Transparencia, peso y masa

1.4. Semiótica y semántica del color
- 1.4.1. Semiótica del color
- 1.4.2. Descripción del color
- 1.4.3. Colores: material, luces, percepciones, sensaciones
- 1.4.4. Color y materia
- 1.4.5. La verdad de un color
- 1.4.6. Percepción del color
- 1.4.7. El peso de un color
- 1.4.8. El diccionario del color

1.5. El color en el diseño
- 1.5.1. Tendencias cromáticas
- 1.5.2. Diseño gráfico
- 1.5.3. Diseño de interiores
- 1.5.4. Arquitectura
- 1.5.5. Diseño paisajístico
- 1.5.6. Diseño de moda

1.6. Composición
- 1.6.1. Generalidades
  - 1.6.1.1. Códigos empleados
  - 1.6.1.2. Grado de originalidad y de banalidad
  - 1.6.1.3. Grado de iconicidad y de abstracción
- 1.6.2. Organización configuracional de la imagen: relación fondo y figura
- 1.6.3. Organización configuracional de la imagen: leyes gestálticas
- 1.6.4. Organización configuracional de la imagen: sistemas de organización espacial
  - 1.6.4.1. Equilibrio: estático o dinámico. Sistema focal u ortogonal
  - 1.6.4.2. Proporción
  - 1.6.4.3. Simetría
  - 1.6.4.4. Movimiento y ritmo
- 1.6.5. Estudio del campo

1.7. Las funciones de la imagen
  1.7.1. Representativa
    1.7.1.1. Cartográfica
    1.7.1.2. Científica
    1.7.1.3. Arquitectónica
    1.7.1.4. Proyectual
  1.7.2. Persuasiva
  1.7.3. Artística
1.8. Psicología del color
  1.8.1. Colores cálidos y colores fríos
  1.8.2. Efectos fisiológicos
  1.8.3. Simbolismo de los colores
  1.8.4. Preferencias personales sobre los colores
  1.8.5. Efectos emocionales
  1.8.6. Color local y expresivos
1.9. El significado del color
  1.9.1. Azul
  1.9.2. Rojo
  1.9.3. Amarillo
  1.9.4. Verde
  1.9.5. Negro
  1.9.6. Blanco
  1.9.7. Naranja
  1.9.8. Violeta
  1.9.9. Rosa
  1.9.10. Oro
  1.9.11. Plata
  1.9.12. Marrón
  1.9.13. Gris

1.10. Utilización del color
- 1.10.1. Fuentes de tintes y pigmentos
- 1.10.2. Iluminación
- 1.10.3. Mezcla de óleos y acrílicos
- 1.10.4. Cerámica vidriada
- 1.10.5. Cristal coloreado
- 1.10.6. Impresión en color
- 1.10.7. Fotografía en color

Módulo 2. Historia del arte contemporáneo

2.1. Fauvismo
- 2.1.1. Origen e influencias
- 2.1.2. Características
- 2.1.3. Obras
- 2.1.4. Principales representantes

2.2. Expresionismo
- 2.2.1. Origen e influencias
- 2.2.2. Características
- 2.2.3. Obras
- 2.2.4. Principales representantes

2.3. Futurismo
- 2.3.1. Origen e influencias
- 2.3.2. Características
- 2.3.3. Obras
- 2.3.4. Principales representantes

2.4. Arte abstracto
- 2.4.1. Origen e influencias
- 2.4.2. Características
- 2.4.3. Obras
- 2.4.4. Principales representantes

2.5. Constructivismo
- 2.5.1. Origen e influencias
- 2.5.2. Características
- 2.5.3. Obras
- 2.5.4. Principales representantes

2.6. Dadaísmo
- 2.6.1. Origen e influencias
- 2.6.2. Características
- 2.6.3. Obras
- 2.6.4. Principales representantes

2.7. Surrealismo
- 2.7.1. Origen e influencias
- 2.7.2. Características
- 2.7.3. Obras
- 2.7.4. Principales representantes

2.8. Primeras corrientes artísticas del arte post-conceptual
- 2.8.1. Informalismo
- 2.8.2. Nueva figuración
- 2.8.3. Arte cinético
- 2.8.4. *Pop art*
- 2.8.5. Nuevo realismo
- 2.8.6. Arte de acción

2.9. Segundas corrientes artísticas del arte post-conceptual
- 2.9.1. Minimalismo
- 2.9.2. Hiperrealismo
- 2.9.3. Arte conceptual
- 2.9.4. Postmodernidad
- 2.9.5. *Street Art*
- 2.9.6. *Land Art*

2.10. Actualidad del arte post-conceptual
- 2.10.1. *Pop art*
- 2.10.2. Arte objeto
- 2.10.3. *Body art*
- 2.10.4. *Performance*
- 2.10.5. Instalaciones

Módulo 3. Fotografía

3.1. Historia de la fotografía
- 3.1.1. Antecedentes de la fotografía
- 3.1.2. Fotografía a color
- 3.1.3. La película fotográfica
- 3.1.4. La cámara digital

3.2. Formación de la imagen
- 3.2.1. La cámara fotográfica
- 3.2.2. Parámetros básicos en la fotografía
- 3.2.3. Fotometría
- 3.2.4. Objetivos y distancia focal

3.3. Lenguaje fotográfico
- 3.3.1. Tipos de planos
- 3.3.2. Elementos formales, compositivos e interpretativos de la imagen fotográfica
- 3.3.3. Encuadre
- 3.3.4. Representación del tiempo y el movimiento en fotografía
- 3.3.5. La relación de la fotografía con la realidad y la verdad

3.4. La cámara fotográfica
- 3.4.1. Cámaras analógicas y digitales
- 3.4.2. Las cámaras sencillas
- 3.4.3. Las cámaras réflex
- 3.4.4. Técnicas fotográficas básicas
- 3.4.5. La exposición y los exposímetros
- 3.4.6. La cámara réflex digital. El sensor
- 3.4.7. El manejo de la cámara digital frente a la analógica
- 3.4.8. Aspectos específicos de interés
- 3.4.9. Modos de trabajo con la cámara digital

3.5. La imagen digital
- 3.5.1. Formatos de archivo
- 3.5.2. Balance de blancos
- 3.5.3. Temperatura de color
- 3.5.4. Histograma. Exposición en fotografía digital
- 3.5.5. Rango dinámico

3.6. El comportamiento de la luz
- 3.6.1. El fotón
- 3.6.2. Reflexión y absorción
- 3.6.3. Cantidad y calidad de la luz
  - 3.6.3.1. Luz dura y luz suave
  - 3.6.3.2. Luz directa y difusa

3.7. Expresividad y estética de la iluminación
- 3.7.1. Sombras, modificadores y profundidad
- 3.7.2. Ángulos de iluminación
- 3.7.3. Esquemas de iluminación
- 3.7.4. Medición de la luz
  - 3.7.4.1. El fotómetro
  - 3.7.4.2. Luz incidente
  - 3.7.4.3. Luz reflejada
  - 3.7.4.4. Medición sobre varios puntos
  - 3.7.4.5. El contraste
  - 3.7.4.6. Gris medio
- 3.7.5. Iluminación luz natural
  - 3.7.5.1. Difusores
  - 3.7.5.2. Reflectores
- 3.7.6. Iluminación luz artificial
  - 3.7.6.1. El estudio fotográfico
  - 3.7.6.2. Las fuentes de iluminación
  - 3.7.6.3. Luz fría
  - 3.7.6.4. Flashes de estudio y flash compacto
  - 3.7.6.5. Accesorios

3.8. *Software* de edición
- 3.8.1. Adobe Lightroom
- 3.8.2. Adobe Photoshop
- 3.8.3. *Plugins*

3.9. Edición y revelado fotográfico
- 3.9.1. El revelado en Camera RAW
- 3.9.2. Ruido y enfoque
- 3.9.3. Ajustes de exposición, contraste y saturación. Niveles y curvas

3.10. Referentes y aplicaciones
- 3.10.1. Fotógrafos más importantes de la historia
- 3.10.2. Fotografía en el diseño de interior
- 3.10.3. Fotografía en el diseño de producto
- 3.10.4. Fotografía en el diseño de moda
- 3.10.5. Fotografía en el diseño gráfico

Módulo 4. Historia de la indumentaria

4.1. Prehistoria
- 4.1.1. Introducción
- 4.1.2. Las civilizaciones prehistóricas
- 4.1.3. El comercio de los tiempos prehistóricos
- 4.1.4. El traje de la prehistoria
- 4.1.5. Las pieles y las peleterías
- 4.1.6. Los tejidos y las técnicas
- 4.1.7. Las concordancias cronológicas y las similitudes en el traje prehistórico

4.2. Edad Antigua: Egipto y Mesopotamia
- 4.2.1. Egipto
- 4.2.2. El pueblo asirio
- 4.2.3. El pueblo persa

4.3. Edad Antigua: La Grecia clásica
- 4.3.1. El traje cretense
- 4.3.2. Los tejidos utilizados en la Antigua Grecia
- 4.3.3. Las prendas de la Antigua Grecia
- 4.3.4. Ropa interior de la Antigua Grecia
- 4.3.5. Calzado de la Antigua Grecia
- 4.3.6. Sombreros y tocados de la Antigua Grecia
- 4.3.7. Colores y adornos de la Antigua Grecia
- 4.3.8. Complementos de la Antigua Grecia

4.4. Edad Antigua: El Imperio romano
- 4.4.1. Los tejidos de la Antigua Roma
- 4.4.2. Las prendas de la Antigua Roma
- 4.4.3. Ropa interior de la Antigua Roma
- 4.4.4. Calzado de la Antigua Roma
- 4.4.5. Sombreros y tocados de la Antigua Roma
- 4.4.6. Relación del estatus social y la vestimenta en la Antigua Roma
- 4.4.7. El estilo bizantino

4.5. Alta Edad Media y Baja Edad Media
- 4.5.1. Rasgos históricos generales de la época medieval
- 4.5.2. El traje en los inicios de la época medieval
- 4.5.3. El traje en el período carolingio
- 4.5.4. El traje en la época románica
- 4.5.5. El traje gótico

4.6. La Edad Moderna: Renacimiento, Barroco y Rococó
- 4.6.1. Siglo XV y XVI: Renacimiento
- 4.6.2. Siglo XVII: Barroco
- 4.6.3. Siglo XVIII: Rococó

4.7. Edad Contemporánea: Neoclasicismo y Romanticismo
- 4.7.1. La industria de la indumentaria
- 4.7.2. Charles Fréderick Worth
- 4.7.3. Jacques Doucet
- 4.7.4. La indumentaria femenina
- 4.7.5. Josefina Bonaparte: el estilo imperio

4.8. Edad Contemporánea: Época victoriana y la Belle Époque
- 4.8.1. La Reina Victoria
- 4.8.2. La indumentaria masculina
- 4.8.3. Dandy
- 4.8.4. Paul Poiret
- 4.8.5. Madeleine Vionnet

4.9. Edad Contemporánea: de indumentaria a Moda
- 4.9.1. Nuevo contexto y cambio social
- 4.9.2. Diseñadores de Moda
- 4.9.3. Coco Chanel
- 4.9.4. El *new look*

4.10. Edad contemporánea: el siglo de los diseñadores y la Moda
- 4.10.1. El vestir moderno
- 4.10.2. El ascenso de los diseñadores estadounidenses
- 4.10.3. La escena londinense

Módulo 5. Teoría de la estética y las artes

5.1. Origen y Antigüedad de la estética
- 5.1.1. Definición de la estética
- 5.1.2. El platonismo
- 5.1.3. El aristotelismo
- 5.1.4. El neoplatonismo

5.2. Mímesis, poíesis y kátharsi
- 5.2.1. Mímesis
- 5.2.2. Poíesis
- 5.2.3. Kátharsi

5.3. Edad Media y Edad Moderna
- 5.3.1. La escolástica
- 5.3.2. El Renacimiento
- 5.3.3. Manierismo
- 5.3.4. El Barroco
- 5.3.5. El Racionalismo
- 5.3.6. El Empirismo
- 5.3.7. La Ilustración
- 5.3.8. El Idealismo

5.4. La definición del arte en la actualidad
- 5.4.1. El arte
- 5.4.2. El artista
- 5.4.3. El gusto y la crítica
- 5.4.4. Bellas artes

5.5. Las bellas artes
- 5.5.1. Arquitectura
- 5.5.2. La escultura
- 5.5.3. La pintura
- 5.5.4. La música
- 5.5.5. La poesía

5.6. La estética y la reflexión
- 5.6.1. Las estéticas positivistas
- 5.6.2. Las estéticas idealistas
- 5.6.3. Las estéticas críticas
- 5.6.4. Las estéticas libertarias

5.7. Estética y la ética
- 5.7.1. Ilustración
- 5.7.2. Idealismo
  - 5.7.2.1. Kant
  - 5.7.2.2. Schiller, Fichte, Schelling
  - 5.7.2.3. Hegel
- 5.7.3. Romanticismo
  - 5.7.3.1. Kierkegaard, Schopenhauer y Wagner
  - 5.7.3.2. Nietzsche

5.8. La estética y el gusto
- 5.8.1. El gusto estético como estatuto teórico ilustrado
- 5.8.2. El gusto por lo impactante
- 5.8.3. La estetización del gusto

5.9. Estética contemporánea
- 5.9.1. Formalismo
- 5.9.2. Iconología
- 5.9.3. Neoidealismo
- 5.9.4. Marxismo
- 5.9.5. Pragmatismo
- 5.9.6. Novecentismo
- 5.9.7. Raciovitalismo
- 5.9.8. Empirismo lógico
- 5.9.9. Semiótica
- 5.9.10. Fenomenología
- 5.9.11. Existencialismo
- 5.9.12. Estética posmoderna

5.10. Categorías estéticas
- 5.10.1. La belleza
- 5.10.2. La fealdad
- 5.10.3. Lo sublime
- 5.10.4. Lo trágico
- 5.10.5. Lo cómico
- 5.10.6. Lo grotesco

Módulo 6. Historia de la Moda

6.1. De indumentaria a Moda
- 6.1.1. Nuevo contexto y cambio social
- 6.1.2. La liberación de la mujer
- 6.1.3. Nuevo concepto de diseñador de Moda
- 6.1.4. Comienzos del S. XX

6.2. El vestir moderno
- 6.2.1. El vestir moderno
- 6.2.2. El ascenso de los diseñadores estadounidenses
- 6.2.3. La escena londinense
- 6.2.4. Nueva York en los años 70s
- 6.2.5. La moda de los 80s
- 6.2.6. Los grupos de lujo multimarca
- 6.2.7. Una moda funcional
- 6.2.8. *Activewear*
- 6.2.9. La moda, el arte y la cultura pop
- 6.2.10. *Celebrities*
- 6.2.11. Fotografía e internet

6.3. Grandes maestras de la Moda
- 6.3.1. Jeanne Lanvin
- 6.3.2. Jeanne Paquin
- 6.3.3. Emilie Flöge
- 6.3.4. Madeleine Vionnet
- 6.3.5. Gabrielle Chanel
- 6.3.6. Elsa Schiaparelli
- 6.3.7. Carolina Herrera

6.4. Grandes maestros de la Moda
- 6.4.1. Charles Frederick Worth
- 6.4.2. Jacques Doucet
- 6.4.3. Paul Poiret
- 6.4.4. Cristóbal Balenciaga
- 6.4.5. Christian Dior
- 6.4.6. Karl Lagerfeld
- 6.4.7. Alexander McQueen

6.5. *Haute couture*
- 6.5.1. Historia de la *haute couture*
- 6.5.2. Federación de alta costura y Moda
- 6.5.3. Miembros de la federación
- 6.5.4. De *haute couture* a *prêt-à-porter*

6.6. Artesanía
- 6.6.1. Los tejidos como arte
- 6.6.2. Artesanías que complementan el vestir
- 6.6.3. Artistas y artesanos relacionados con la Moda

6.7. *Fast-Fashion*
- 6.7.1. Historia y origen del *fast-fashion*
- 6.7.2. Modelo de negocio del *fast-fashion*
- 6.7.3. Repercusión del *fast-fashion* en el mundo

6.8. Publicidad y fotografía en Moda
- 6.8.1. Arquetipos y estereotipos
- 6.8.2. La imagen Moda
- 6.8.3. Comunicación visual de la Moda
- 6.8.4. Los grandes fotógrafos de Moda

6.9. Repercusión de la Moda
- 6.9.1. La industria textil
- 6.9.2. Relación del arte y la Moda
- 6.9.3. Moda y sociedad

6.10. Teoría y crítica de Moda
- 6.10.1. Diseñadores actuales y su influencia
- 6.10.2. Tendencias actuales
- 6.10.3. La banalización de la Moda

Módulo 7. Estilismo

7.1. Introducción al Estilismo
- 7.1.1. Estética, estilo y Estilismo
- 7.1.2. Análisis y conocimientos de los ámbitos del Estilismo
- 7.1.3. La función del estilista
- 7.1.4. La comunicación en la Moda
- 7.1.5. Comunicación digital
  - 7.1.5.1. Redes sociales
  - 7.1.5.2. *Influencers*
  - 7.1.5.3. *Bloggers*
- 7.1.6. Métodos organizativos y de producción del Estilismo

7.2. Estilismo de pasarela
- 7.2.1. Qué es un desfile
- 7.2.2. Objetivos de un desfile
- 7.2.3. Principales pasarelas mundiales
- 7.2.4. Preparativos previos
- 7.2.5. El equipo
- 7.2.6. El *fitting*

7.2.7. Los modelos
7.2.8. Los *looks*
7.2.9. La música
7.2.10. El espacio
7.2.11. Postevento
7.3. Estilismo audiovisual
7.3.1. El cine
7.3.2. El *fashion film*
7.3.3. *Showroom* y *showrooming*
7.3.4. El *e-commerce*
7.4. El protocolo en el vestir
7.4.1. Vestuario formal
7.4.2. Vestuario informal
7.4.3. Vestuario deportivo
7.4.4. Tipos de etiqueta
7.5. Morfología corporal y colorimetría
7.5.1. Tipologías corporales
7.5.2. Siluetas del cuerpo
7.5.3. Teoría del color aplicada a la asesoría
7.5.4. Teoría de las estaciones del año
7.5.5. Clasificación de los colores
7.6. Maquillaje
7.6.1. Introducción al maquillaje
7.6.2. Materiales para el maquillaje
7.6.3. Aplicación del maquillaje
7.6.4. Estilos de maquillaje
7.7. *Personal shopper*
7.7.1. Qué es el *personal shopper*
7.7.2. Proceso de asesoría en la indumentaria y los complementos
7.7.3. Características del asesor de imagen
7.7.4. Cómo abordar el proceso de asesoría de imagen
7.7.5. Desarrollo del proceso: la documentación técnica
7.7.6. Estudio y valoración de la imagen del cliente
7.7.7. Propuesta al cliente sobre adopción de nuevos modelos estéticos en el vestir
7.7.8. Métodos para la adopción de modelos estéticos en el vestir
7.7.9. Métodos de entrenamiento del cliente
7.7.10. Asesoría en la compra de vestuario y complementos
7.8. El estilo de vestir
7.8.1. Prehistoria y Edad Antigua
7.8.1.1. Prehistoria
7.8.1.2. Mesopotamia: sumerios, babilonios y asirios, persas y medos
7.8.1.3. Egipto
7.8.1.4. Creta: civilización minoica
7.8.1.5. Grecia
7.8.1.6. Etruria
7.8.1.7. Roma
7.8.1.8. Imperio Bizantino
7.8.2. Historia de la indumentaria: Edad Media y Renacimiento
7.8.2.1. Edad media
7.8.2.2. Renacimiento
7.8.3. Historia de la indumentaria: Barroco y Rococó
7.8.3.1. Barroco: Siglo XVII
7.8.3.2. Rococó: Sigo XVIII
7.8.4. Historia de la indumentaria: Siglo XIX
7.8.4.1. Contexto histórico
7.8.4.2. Indumentaria femenina
7.8.4.3. Indumentaria masculina
7.8.5. Historia de la indumentaria: Siglo XX
7.8.5.1. Contexto histórico
7.8.5.2. Indumentaria de 1900 a 1950
7.8.5.3. Indumentaria de 1950 a 2000
7.9. Léxico de prendas
7.9.1. Sombreros, gorros y gorras
7.9.2. Abrigos y chaquetas
7.9.3. Trajes de hombre
7.9.4. Nudos de corbata

7.9.5. Camisas
7.9.6. Camisetas
7.9.7. Cuellos y escotes
7.9.8. Mangas
7.9.9. Pantalones
7.9.10. Vestidos
7.9.11. Zapatos
7.9.12. Faldas
7.9.13. Complementos

7.10. Estilos básicos en la indumentaria
7.10.1. Las tendencias
7.10.2. El *coolhunter*
7.10.3. Estilo clásico
7.10.4. Estilo vanguardista
7.10.5. Estilo informal o casual
7.10.6. Estilo bohemio
7.10.7. Estilo minimalista
7.10.8. Estilo retro o *vintage*
7.10.9. Estilo *oversized*
7.10.10. Estilo felino o *lingerie*
7.10.11. Estilo *grunge*
7.10.12. Estilo étnico
7.10.13. Estilo *hippie*
7.10.14. Estilo *punk*
7.10.15. Estilo ejecutivo
7.10.16. Estilo gótico
7.10.17. Estilo safari
7.10.18. Estilo militar
7.10.19. Estilo folclórico
7.10.20. Estilo *underground*
7.10.21. Otros estilos

Módulo 8. Marketing en Moda

8.1. El marketing en Moda
8.1.1. Introducción al marketing en Moda
8.1.2. Definición de marketing
8.1.3. El marketing y las variables

8.2. Estudio del mercado en Moda
8.2.1. Entorno del mercado de la Moda
8.2.2. Estructura del mercado
8.2.3. Agentes del proceso industrial
8.2.4. El mercado internacional

8.3. Estrategias en los mercados de Moda
8.3.1. Segmentación del mercado
8.3.2. Posicionamiento del producto
8.3.3. Investigación del mercado

8.4. El consumidor de Moda
8.4.1. El consumidor de Moda
8.4.2. Comportamientos de compra
8.4.3. Proceso de decisión de compra

8.5. El producto Moda
8.5.1. El producto Moda
8.5.2. El ciclo de vida del producto
8.5.3. Identidad de marca

8.6. Política de precio en Moda
8.6.1. El precio
8.6.2. Los costes
8.6.3. Fijación del precio

8.7. Comunicación de la Moda
8.7.1. Comunicación y promoción del producto
8.7.2. La pasarela
8.7.3. Tendencias
8.7.4. Control de calidad en el proceso

8.8. Distribución de la Moda
- 8.8.1. Distribución
- 8.8.2. Logística
- 8.8.3. Espacio de venta
- 8.8.4. *Merchandising*

8.9. Marketing en Moda
- 8.9.1. Marketing estratégico
- 8.9.2. Planificación del marketing
- 8.9.3. Marketing online

8.10. Responsabilidad de las empresas de Moda
- 8.10.1. Responsabilidad social de la empresa
- 8.10.2. Factores sociales
- 8.10.3. Perfil profesional del marketing

Módulo 9. Revistas

9.1. Qué es una revista
- 9.1.1. Introducción
- 9.1.2. Qué es una revista. Sus especificidades y el mercado editorial
- 9.1.3. Especificidades de la revista
- 9.1.4. Mercado de revistas: cuestiones generales
- 9.1.5. Grandes grupos editoriales de revistas

9.2. El lector de revistas
- 9.2.1. Introducción
- 9.2.2. El lector de revistas
- 9.2.3. Encontrar y fidelizar al lector
- 9.2.4. El lector de revistas impresas
- 9.2.5. El lector de revistas digitales
- 9.2.6. Lectores y publicidad

9.3. Creación y vida de una revista
- 9.3.1. Introducción
- 9.3.2. La creación de una revista
- 9.3.3. El nombre
- 9.3.4. El ciclo de vida de una revista

9.4. Segmentación y especialización de las revistas
- 9.4.1. Introducción
- 9.4.2. Segmentación y especialización de las revistas
- 9.4.3. Tipos de revista
  - 9.4.3.1. Revistas culturales
  - 9.4.3.2. Revistas del corazón
  - 9.4.3.3. Suplementos

9.5. Estructura y contenidos de las revistas
- 9.5.1. Introducción
- 9.5.2. La mancheta
- 9.5.3. La estructura
- 9.5.4. Los contenidos

9.6. Nacimiento y desarrollo de las revistas en Europa y Estados Unidos
- 9.6.1. Introducción
- 9.6.2. Los inicios: entre el siglo XVI y el XVIII. De las relaciones a las gacetas
- 9.6.3. El siglo XIX en Europa
- 9.6.4. Balance del siglo XIX

9.7. El siglo XX: la consolidación de la revista moderna
- 9.7.1. Introducción
- 9.7.2. Las primeras décadas del siglo XX en las revistas europeas
- 9.7.3. Estados Unidos entre los años veinte y los sesenta: el segundo boom de las revistas
- 9.7.4. Europa tras la Segunda Guerra Mundial: las Revistas a partir de los años 40
- 9.7.5. De los años 60 en adelante: la revista renovada

9.8. Hitos en la historia de las revistas estadounidense
- 9.8.1. Introducción
- 9.8.2. *National Geographic*, un hito en las revistas de divulgación
- 9.8.3. Time, un hito en los semanarios de información o *newsmagazines*
- 9.8.4. *Reader's Digest*, un hito en las revistas de revistas
- 9.8.5. *The New Yorker*, un hito en las revistas de opinión y cultura

9.9. Las revistas en Europa
- 9.9.1. Introducción
- 9.9.2. Difusión
- 9.9.3. Principales revistas por países

9.10. Las revistas en Latinoamérica
- 9.10.1. Introducción
- 9.10.2. Origen
- 9.10.3. Principales revistas por países

Módulo 10. Canales de comunicación en Moda

10.1. La influencia y otras estrategias de poder en los nuevos canales digitales
- 10.1.1. Las estrategias de poder vinculadas a la comunicación de Moda
- 10.1.2. Ejercer la influencia en el ámbito de las redes sociales
- 10.1.3. La gestión de los nuevos líderes digitales: *influencers* de Moda

10.2. La elección del canal de comunicación: teoría Forrester Research
- 10.2.1. La nueva opinión pública: dirigir a las masas de uno en uno
- 10.2.2. ¿Qué es la teoría Forrester?
- 10.2.3. Aplicación de la teoría Forrester Research a la industria de la Moda

10.3. El poder del lenguaje audiovisual y la comunicación no verbal
- 10.3.1. La creciente cuota de mercado de la comunicación no verbal
- 10.3.2. El impacto del mensaje audiovisual en la Moda
- 10.3.3. Composición del discurso fotográfico en las redes sociales

10.4. Evolución y funcionamiento de las redes sociales en la industria de la Moda
- 10.4.1. Etapas de surgimiento y evolución de Internet
- 10.4.2. La estrategia multicanal dentro de las redes sociales de Moda
- 10.4.3. ¿Qué es una red social? Diferencias con los canales tradicionales

10.5. Facebook, la gran base de datos
- 10.5.1. La comunicación transversal
- 10.5.2. El interés de la comunidad
- 10.5.3. Modelos de presencia en Facebook

10.6. Instagram, mucho más que fotos de Moda
- 10.6.1. Los mensajes emocionales y la gestión de la empatía
- 10.6.2. La intimidad del día a día en imágenes
- 10.6.3. Destacar en la red social más importante de la Moda

10.7. El contenido profesional de Linkedin
- 10.7.1. La creación de la marca personal
- 10.7.2. Los mensajes cognitivos en una marca de Moda
- 10.7.3. Gestión de las relaciones con la competencia

10.8. La politización de Twitter
- 10.8.1. La comunicación impulsiva y omnidireccional
- 10.8.2. El mensaje directo y la creación de contenidos en 20 caracteres
- 10.8.3. El impacto de los titulares: de la profundidad a la ligereza

10.9. TikTok, más allá de la generación Z
- 10.9.1. La revolución audiovisual y la aceleración de los cambios de *look* en un contexto *slow fashion*
- 10.9.2. La democratización en la creación de contenidos audiovisuales
- 10.9.3. La moda como hecho noticioso y noticiable

10.10. Youtube, como exponente del contenido audiovisual
- 10.10.1. La gestión de las expectativas en la creación de contenidos audiovisuales
- 10.10.2. Mapa de contenidos en Youtube sobre Moda, belleza y lujo
- 10.10.3. Nuevas tendencias en la opinión pública: los microinfluencers

Adaptarás el Estilismo de Moda a las necesidades de distintos medios de comunicación como revistas, editoriales o campañas publicitarias"

04

Objetivos docentes

A través de este programa universitario, los egresados desarrollarán una mirada integral y contemporánea del Estilismo, con competencias para conceptualizar, coordinar y dirigir propuestas visuales en distintos formatos y contextos. A su vez, serán capaces de interpretar tendencias, construir narrativas estéticas sólidas y aplicar principios de composición, colorimetría y dirección de arte en proyectos editoriales, audiovisuales o de marca. Además, estos diseñadores integrarán conocimientos históricos, culturales y tecnológicos que enriquecerán sus propuestas creativas, atendiendo también a criterios de sostenibilidad y diversidad. Así, podrán liderar procesos creativos, colaborar con equipos multidisciplinares y posicionarse como profesionales estratégicos en la industria global de la Moda.

Te convertirás en un especialista en la historia de la Moda, comprendiendo los estilos que marcaron época y su impacto en el diseño actual. ¡Únete ya a este completísimo itinerario académico!"

Objetivos generales

- Analizar y aplicar los fundamentos de la colorimetría para construir propuestas visuales coherentes y estéticamente equilibradas
- Comprender la evolución del arte contemporáneo y su influencia en el Estilismo de moda actual
- Desarrollar habilidades técnicas en fotografía aplicadas al ámbito editorial, publicitario y artístico dentro del mundo de la Moda
- Reconocer los hitos clave en la historia de la indumentaria para contextualizar estéticamente cada propuesta estilística
- Integrar los principios de la estética y las artes en la elaboración de discursos visuales sólidos y creativos
- Dominar las herramientas, técnicas y metodologías propias del Estilismo en distintos formatos profesionales
- Aplicar estrategias de marketing específicas del sector Moda para comunicar y posicionar proyectos de manera efectiva
- Comprender el funcionamiento de las revistas de Moda como espacios de difusión estética y profesional

Desarrollarás proyectos visuales asegurando que todos los elementos del Estilismo estén alineados con el objetivo y la visión de la marca"

Objetivos específicos

Módulo 1. Colorimetría

- Analizar la psicología del color y su impacto en la percepción estética dentro de propuestas estilísticas
- Aplicar principios de armonía cromática en combinaciones de prendas, accesorios y escenarios visuales

Módulo 2. Historia del arte contemporáneo

- Interpretar movimientos artísticos del siglo XX y XXI como fuentes de inspiración para el estilismo de Moda
- Vincular corrientes contemporáneas del arte con propuestas creativas aplicables al diseño y la imagen

Módulo 3. Fotografía

- Dominar principios técnicos y compositivos de la fotografía para la creación de editoriales de Moda
- Colaborar con equipos de producción fotográfica para garantizar coherencia estética entre imagen, vestuario y mensaje

Módulo 4. Historia de la indumentaria

- Reconocer las transformaciones socioculturales reflejadas en la evolución del vestuario a lo largo del tiempo
- Integrar referencias históricas de la indumentaria en propuestas estilísticas actuales, dotándolas de valor narrativo

Módulo 5. Teoría de la estética y las artes

- Desarrollar una mirada crítica fundamentada en teorías estéticas clásicas y contemporáneas
- Evaluar propuestas visuales desde un enfoque filosófico, artístico y culturalmente contextualizado

Módulo 6. Historia de la Moda

- Reflexionar sobre la incidencia que tiene la innovación y calidad de la producción de la moda, el *prêt-à-porter* y la Moda *low cost* en la calidad de vida y del medio ambiente
- Identificar estilos, siluetas y materiales emblemáticos de cada época para reinterpretarlos creativamente

Módulo 7. Estilismo

- Diseñar propuestas estilísticas coherentes en función del mensaje, medio y audiencia objetivo
- Seleccionar y coordinar prendas, accesorios, peinado y maquillaje en producciones editoriales o comerciales

Módulo 8. Marketing en Moda

- Analizar estrategias de posicionamiento y segmentación en marcas de Moda
- Diseñar campañas de marketing integradas con la identidad visual y estilística de una marca

Módulo 9. Revistas

- Comprender el funcionamiento editorial y los procesos de creación de contenido en publicaciones de Moda
- Crear propuestas estilísticas adaptadas a diferentes formatos editoriales, impresos o digitales

Módulo 10. Canales de comunicación en Moda

- Utilizar plataformas digitales y redes sociales como herramientas clave en la difusión del Estilismo de Moda
- Diseñar estrategias de comunicación visual alineadas con los valores y públicos de las marcas

05

Salidas profesionales

Los egresados podrán acceder a un amplio abanico de oportunidades dentro del dinámico universo de la Moda. De hecho, su dominio del estilismo aplicado a medios editoriales, audiovisuales y digitales los posiciona como perfiles clave en revistas especializadas, agencias de publicidad, productoras, marcas de Moda y proyectos de branding personal o corporativo. Asimismo, los profesionales estarán capacitados para liderar producciones visuales, coordinar equipos creativos o emprender proyectos propios con una propuesta estética sólida. De este modo, esta especialización los habilitará para destacar en sectores que valoran la narrativa visual, la innovación estética y la gestión estratégica de la imagen.

Diseñarás estilismos funcionales para editoriales, marcas de lujo o producciones audiovisuales desde una mirada artística y técnica"

Perfil del egresado

Al completar este programa universitario, los profesionales habrán desarrollado una visión crítica y contemporánea del estilismo, integrando saberes artísticos, históricos, técnicos y comunicacionales. A su vez, serán capaces de diseñar propuestas visuales coherentes, interpretar códigos estéticos, y aplicar técnicas de color, composición y dirección creativa en distintos formatos. Además, esta experiencia académica les brindará las herramientas necesarias para crear discursos visuales relevantes, liderar proyectos con identidad propia y adaptarse a las nuevas dinámicas del sector.
En definitiva, los especialistas contarán con un perfil altamente valorado por su capacidad de vincular creatividad, análisis cultural y dominio técnico en escenarios en constante transformación.

Obtendrás una mirada crítica, estética y estratégica para construir discursos visuales que comuniquen identidad, estilo y propósito.

- **Dirección de Arte:** Liderar equipos creativos y coordinar producciones visuales desde una perspectiva estética, técnica y conceptual
- **Análisis de Tendencias:** Interpretar movimientos culturales y sociales aplicables al estilismo contemporáneo y al desarrollo de propuestas innovadoras
- **Gestión del Color:** Dominar la colorimetría para crear combinaciones visuales armónicas y efectivas, adaptadas a distintos públicos y soportes
- **Comunicación en Moda:** Emplear canales tradicionales y digitales en la difusión de contenido de moda, con enfoque en estrategias de impacto visual

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

1. **Director de Estilismo Editorial:** Responsable de conceptualizar y coordinar la imagen visual en sesiones fotográficas para revistas y medios especializados en moda.
2. **Asesor de Imagen de Marca:** Diseñador de la identidad visual de firmas de moda, artistas o figuras públicas, alineando estética y comunicación estratégica.
3. **Coordinador de Producción de Moda:** Líder operativo de *shootings*, desfiles y campañas, gestionando equipos técnicos y creativos para lograr una ejecución impecable.
4. **Visual *Merchandiser Senior*:** Diseñador de experiencias visuales en tiendas físicas y escaparates, aplicando principios de estilismo para maximizar el impacto comercial.
5. **Consultor de Estilo en Plataformas Digitales:** Creador de contenido visual para redes sociales, *e-commerce* o *influencers* del sector moda.
6. **Editor de Moda en Medios Especializados:** Curador de contenido estilístico en revistas, blogs y publicaciones digitales, con enfoque en tendencias y análisis estético.
7. **Director de Arte en Agencias de Publicidad:** Responsable de construir el universo visual de campañas, aplicando conocimientos en estilismo, color y narrativa.
8. **Coordinador de Marketing Visual de Moda:** Diseñador de estrategias visuales coherentes para posicionar productos o colecciones en el mercado global.
9. **Estilista en Producciones Audiovisuales:** Encargado de la imagen de personajes o presentadores en televisión, cine, videoclips o plataformas de *streaming*.

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.

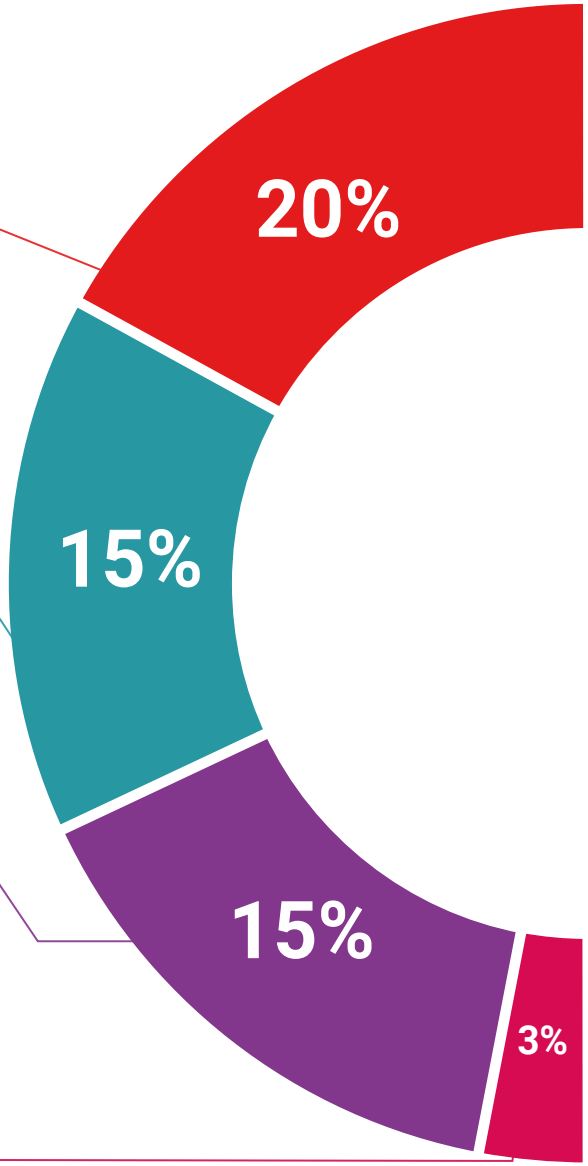
Resúmenes interactivos

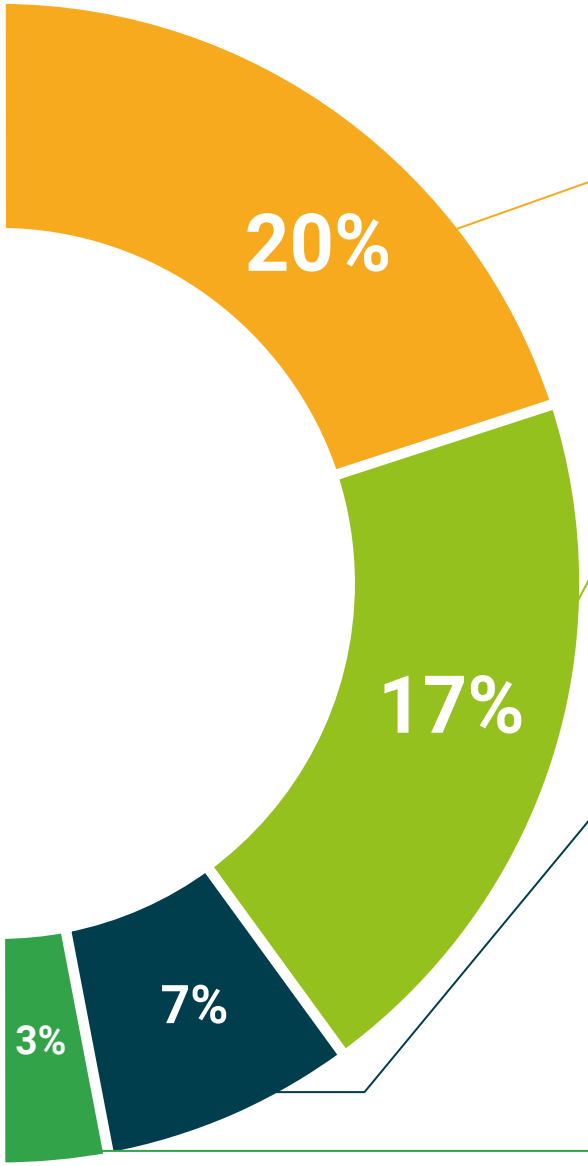
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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.





Case Studies

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

Testing & Retesting

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

Clases magistrales

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

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

Guías rápidas de actuación

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

07

Titulación

El Máster Título Propio en Estilismo de Moda garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.

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

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

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

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

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

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**

tech global university

D/Dña _____, con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

Máster Título Propio en Estilismo de Moda

Se trata de un título propio de 1.800 horas de duración equivalente a 60 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Global University es una universidad reconocida oficialmente por el Gobierno de Andorra el 31 de enero de 2024, que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

Máster Título Propio en Estilismo de Moda

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatoria (OB)	60
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 60

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	ECTS	Carácter
1º	Colorimetría	6	OB
1º	Historia del arte contemporáneo	6	OB
1º	Fotografía	6	OB
1º	Historia de la indumentaria	6	OB
1º	Teoría de la estética y las artes	6	OB
1º	Historia de la Moda	6	OB
1º	Estilismo	6	OB
1º	Marketing en Moda	6	OB
1º	Revistas	6	OB
1º	Canales de comunicación en Moda	6	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech global university

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

tech global university

Máster Título Propio
Estilismo de Moda

- Modalidad: **online**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Global University**
- Acreditación: **60 ECTS**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Máster Título Propio
Estilismo de Moda

Aval/Membresía

the Design Society
a worldwide community

tech global university