



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño

Departamento de Proyectos de Diseño

Academia de diseño de modas

PROGRAMA DE ASIGNATURA

1.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN.

1.1. Nombre de la materia:	IMAGEN Y ESTILISMO		1.2. Código de la materia:	I2109
1.3 Departamento:	Departamento de Proyectos de Diseño		1.4. Código de Departamento:	A-2560
1.5. Carga horaria	Teoría:	Práctica:	Total:	
	40hrs.	20 hrs.	60hrs.	
1.6 Créditos	1.8 Nivel de formación profesional:		Tipo de curso (modalidad):	
6	Licenciatura		Curso- Taller	

2.- ÁREA DE FORMACIÓN EN QUE SE UBICA Y CARRERAS EN LAS QUE SE IMPARTE:

ÁREA DE FORMACIÓN	Especializante Selectiva
CARRERA:	Licenciatura en Diseño de Modas

MISIÓN:

La Universidad de Guadalajara, en las carreras del CUAAD, tiene como misión formar profesionales con actitudes, habilidades y conocimientos para satisfacer las necesidades sociales, productivas y de mercado, por medio de la formación de profesionales que impacten en una mejor calidad de vida de la sociedad donde se desenvuelvan. En este contexto el Departamento de Proyectos de Diseño es una Unidad Académica Básica perteneciente a la División de Tecnología y Procesos cuyos propósitos fundamentales son mantener actualizados los conocimientos teóricos, históricos, metodológicos y pedagógicos, que impactan en todas la licenciaturas adscritas a este Centro Universitario.

VISIÓN:

Nuestro modelo de enseñanza-aprendizaje es innovador, flexible y multimodal, con una tendencia humanista que impacta en el desarrollo social. En el que los profesores y egresados del CUAAD, gocen de una gran reputación académico-profesional, siendo agentes de cambio para la sociedad y de desarrollo para el sector productivo, tanto público como privado. Formando líderes de opinión, que cuenten con el respaldo teórico, histórico y metodológico suficiente, para convertirse en profesionales con conciencia y liderazgo social, que impacten de manera positiva el medio profesional y social en el que se desenvuelvan.

FILOSOFÍA:

Incorporar los paradigmas del desarrollo sustentable, los derechos humanos, la democracia, la justicia y la equidad social, así como los que devienen del desarrollo de la sociedad del conocimiento, a través de los contenidos diseñados por los docentes e investigadores de este Departamento. Además de integrar en nuestros programas y cursos, el reforzamiento de la identidad y los valores locales y universales, en el contexto global.

PERFIL DEL EGRESADO:

El egresado de la Licenciatura en Diseño de Modas tendrá las siguientes habilidades, conocimientos y

actitudes para el desempeño profesional:

* **HABILIDADES:** Conoce el entorno social y momento histórico en el cual se encuentra; crea tendencias de moda con base en el análisis de estos elementos. Domina la comunicación de conceptos a través de informes escritos, dibujos, esquemas y modelos. Es emprendedor y gestiona recursos en entornos globales. Conoce las líneas de producción de la industria del vestir y de la moda. Domina la metodología del diseño de modas y a través de ello es creativo e innovador. Usa y aprovecha las innovaciones tecnológicas para hacer eficiente los procesos involucrados en el sector de la moda y el vestido. Organiza grupos de productores, empresas y sociedades para producir, transformar y comercializar sus productos.

***CONOCIMIENTOS:** Tiene conocimiento académico en el área del estudio de las diferentes proporciones y tallas del cuerpo humano. Elaborará presupuestos para la integración de proyectos. Conoce los mecanismos de percepción para el análisis e interpretación del entorno. Conoce, administra y controla los recursos y procesos de producción, transformación y comercialización de una empresa. Conoce y aplica la legislación y normatividad relacionada con la industria de la moda y el vestido. Domina las tecnologías y herramientas, tanto tradicionales como de nueva generación en la confección y la moda.

***ACTITUDES:** Maneja elementos de autenticidad y ética. Tiene actitud responsable y de servicio. Trabaja responsablemente con los recursos humanos. Es emprendedor y desarrolla la gestión. Trabaja en equipo en el ámbito laboral. Promueve políticas públicas para la planeación y desarrollo del sector del vestido y de la moda. Detecta necesidades del mercado y conoce su impacto social. Identifica y desarrolla las oportunidades de negocio, atendiendo las demandas en los niveles local, regional, nacional e internacional.

VÍNCULOS DE LA MATERIA CON LA CARRERA:

La relación entre la materia Imagen y Estilismo y la carrera consiste en que mediante el conocimiento de las características físicas, es posible realizar prendas de acuerdo con el perfil de los clientes. Además, en referencia al estilismo, es posible realizar producciones bajo los lineamientos creativos que permiten generar conceptos acordes con la comunicación de moda, ya sea para fines comerciales o editoriales, con lo cual comúnmente se generan historias de estilo de vida que se proponen estimular deseos de consumo.

Por otra parte, el conocimiento permitirá a cada diseñador presentar de manera efectiva sus propuestas de moda tanto en pasarela como en lookbooks y campañas, a modo de que exista coherencia con el concepto básico de su propuesta y el segmento del mercado al que se dirige.

La materia considera dos bloques: Diseño de imagen y Estilismo. El primero enfocado al reconocimiento de los atributos físicos y de comportamiento que exigen un determinado código de vestimenta. El último, en una concepción más propositiva y de moda, lo que exige un riesgo creativo.

El curso formará a los alumnos para que desde su interpretación personal proyecten una nueva forma de visualizar la identidad moda.

Por otra parte, en la actualidad no solo adquiere importancia la imagen, sino también el hecho de cuidar de la misma. De esta manera, el estilista se convierte en una pieza clave del carácter mediático que demanda esta tendencia.

El desarrollo de la imagen y la necesidad de asesoramiento constituyen un terreno que, dentro del estilismo, alcanza una mayor proyección laboral. En los últimos tiempos, ha hecho su aparición toda una serie de perfiles profesionales –personal shoppers, directores de imagen, coolhunters, trend setters- que están pendientes del aspecto o aspectos y de las transformaciones que está sufriendo la imagen en nuestra centuria. El estilismo se está convirtiendo, pues, en toda una profesión del siglo XXI.

En resumen, podríamos definir estilismo como la parte de todo un criterio estético para innovar en la creación de imágenes de carácter contemporáneo, en el que técnica y conocimiento se fusionan y retroalimentan gracias a la fotografía como comunicadora de conceptos y la imagen, como estudio, técnica y vanguardia.

MATERIAS CON QUE SE RELACIONA:

* Historia y Teoría General del Arte.

- * Psicología de la percepción.
- * Comunicación oral y escrita.
- * Elementos conceptuales del color.
- * Taller de Diseño de Moda I, II, IV, V, VI y VII
- * Semiótica de la Moda
- * Gestión estratégica y producción de moda
- * Fundamentos del Diseño
- * Sociología de la Moda

- * Fundamentos del diseño I.
- * Taller de ergonomía.
- * Creación y Desarrollo de Nuevos Productos.
- * Mercadotecnia en la Moda
- * Costos y presupuestos en la producción de Moda
- * Toma Fotográfica en Blanco y Negro

PERFIL DOCENTE

El docente , Grado mínimo Licenciado, debe ser capaz de comprender la industria de la moda y su cambio constante, además de sus campos relacionados con el área comercial y creativa.

3.- OBJETIVOS GENERALES: El alumno será capaz de resolver proyectos, analizar tendencias, realizar investigaciones de mercado para analizar las diferentes marcas de moda dirigidas a un los más variados segmentos de mercado, principalmente en lo tocante a su comunicación. Igualmente, analizará los perfiles de publicaciones de moda y las diferentes editoriales para realizar propuestas de estilismo enfocadas a diferentes conceptos.

3.1. INFORMATIVOS (conocer, comprender, manejar)

Conocer el trabajo de un estilista en sus diferentes facetas. Investigar y aplicar las últimas tendencias según el encargo del cliente. Identificar las corrientes de moda a lo largo de la historia, para adecuarlas a cada proyecto. Aprender las características de cada silueta, para proporcionar el estilismo más favorecedor.

3.2. FORMATIVOS (INTELLECTUAL: habilidades, destrezas; HUMANO: actitudes, valores; SOCIAL: cooperación, tolerancia; PROFESIONAL: formación integral.)

Saberes teóricos:

- 1.- Identifica analiza y comprende los conceptos de moda y genera propuestas de acuerdo con los diferentes perfiles de clientes.
- 2.- Analiza la información del brief sobre el desarrollo de una producción.
- 3.- Aplica la información de tendencias para el desarrollo de conceptos estilísticos.

Saberes Prácticos:

- 1.- Gestiona la investigación sobre aspectos teóricos en moda y los confronta.
2. – Crea representaciones (briefs) a partir de una temática específica.
3. – Desarrolla propuestas creativas de manera estructurada.
- 4.- Realiza dibujos técnicos para la representación de briefs.
5. - Crítica grupal de los conceptos aplicados en las propuestas.

Saberes Formativos:

- 1.- Investigación de tendencias.
- 2.- Participa en las dinámicas de análisis de tendencias y estrategias de comunicación de moda.

3.- Crea planes de diseño de imagen para diferentes tipos de clientes.

4.- Desarrolla estilismos sobre la base de briefs creativos y realiza sesiones fotográficas.

4.- CONTENIDO TEMÁTICO PRINCIPAL. (Agrupando de preferencia en tres o cuatro unidades)

MÓDULO I: Estilismo en Moda

¿Qué es un estilista y cuál es la función de un estilismo?

El estilista como creativo

El estilista como gran observador y buscador de nuevas tendencias

La figura del estilista dentro de una producción de moda o publicidad

Análisis de lo que es estilismo

Transmisión de mensajes mediante el estilismo

El color dentro de un estilismo

Estilismo = "Impacto Visual"

Moda y Estilismo

Breve historia sobre la evolución de la silueta a lo largo del siglo XX

Influencia de la historia estética de la moda en campañas actuales

Principales diseñadores

Diseñadores políticamente incorrectos

El estilista en eventos de Moda

Pasarelas

Pasarelas Independientes

Showrooms

Ferias

Otros eventos de moda

Personal Shopper

El personal Shopper

Funciones de un Personal Shopper

Asesoramiento al cliente

Comunicación personal

Fashion Consulting

Coolhunter

El investigador de tendencias. Coolhunter

Funciones de un Coolhunter

Espacios para desarrollar la investigación

El proceso de gestación de la tendencia

El trabajo en el Network

Asesoría de Imagen en Moda

Introducción

Estilismo en el vestir

El color y su simbología

El saber vestir

Asesoramiento de los complementos

Fondo de armario masculino y femenino

Asesoría en el maquillaje personal

Asesoría en el cabello y en el peinado

Protocolo y usos sociales

Comunicación

MÓDULO II: Estilismo en Publicidad

Fotografía de Moda

La fotografía de moda y la influencia del arte

Principales fotógrafos de moda a lo largo del siglo XX

La función del fotógrafo

Cómo preparar una sesión de fotos
Equipo de trabajo para una producción

Publicaciones

Análisis de revistas de moda comerciales e independientes: *Vogue, Vanity Fair, ID, Surf Face*, entre otras.

La importancia de los conceptos e influencias en la producción

Editoriales

Catálogos

Análisis del producto, el cliente y el mercado

Anuncio

Cómo plantearse el trabajo

Fuentes, referencias, fotos del producto

Proceso de la pre-producción

Prueba de vestuario

Día del shooting

Post-producción

Anuncio – Catálogo

Diferencias en su producción

Presupuesto

Cómo elaborar un presupuesto previo

Cómo emitir una factura

Cómo gestionar el dinero del que disponemos para una producción

Día del cierre de presupuesto

Equipo

El papel que juega cada profesional dentro de una producción

El estilista en relación al resto del equipo

El estilista en relación al entorno exterior: showrooms, diseñadores, revistas, etc.

Escaparates

Concepción de la idea

Composición de estilo

Imagen de marca

La estética

La ambientación

La presentación

MÓDULO III: Dirección de Arte

Dirección de Arte

La idea, el concepto y el proceso creativo

La investigación como base de la inspiración y realización

Creación de *mood boards*

Análisis del arte y su influencia en la moda y las publicaciones

Los layouts creativos. Desde el boceto hasta la realización

El Estilista como Director de Arte

¿Qué es un Director de Arte?

El concepto como base de trabajo

La influencia del arte en la moda

Dirección de arte aplicado en moda

MÓDULO IV: Proyecto de Producción

5.- METODOLOGÍA DE TRABAJO Y/O ACTIVIDADES PARA EL ALUMNO: Especificar solo los aspectos generales de cómo se desarrollará el curso, para los aspectos particulares y específicos tomar en consideración el AVANCE PROGRAMÁTICO, anexo.

El alumno desarrollará durante este semestre 2 proyectos relacionados con el diseño de imagen y 2 específicos para la realización de producciones de moda editorial.

6.- RECURSOS DIDÁCTICOS

Lecturas, presentaciones digitales, videos

7.- CALIFICACIÓN, ACREDITACIÓN Y EVALUACIÓN. Especificar los criterios y mecanismos. (asistencia, requisitos, exámenes, participación, trabajos, etc.)

El alumno deberá cumplir, mínimo con el 80% de las asistencias durante el curso, para obtener el derecho a ser evaluado.

Desarrollo de propuestas de diseño de imagen y de editoriales de moda 80% proyecto final 20%

Asignándose una rúbrica de la manera siguiente por cada proyecto específico:

Propuesta creativa 50%

Desarrollo 20%

Investigación 10%

Presentación 10%

8.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA. Mínimo la que debe ser leída

- Creadores de Moda. Diseño, industria y tendencias. Anne Celine Jaeger. Océano.
- Estilismo de Moda. Jacqueline McAssey, Clare Buckley. Gustavo Gili México.
- La primera impresión. Demarais, Ann y Valerie White. Océano.
- Manual de personalidad e imagen. Hernández Helen. Pax México.
- El poder de la imagen pública. Gordo Víctor. Grijalbo.
- El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. Manovich, Lev. Paidós.
- El auténtico valor de la imagen. Robin Fisher Roffer. México McGraw-Hill Interamericana 2002.
- Smile i-D fashion and style, the best from 20 years of i-D ed. Terry Jones
- Sistema de la moda y otros escritos. Roland Barthes; tr. Carles Roche. Barcelona Paidós 2003.
- Smile i-D fashion and style, the best from 20 years of i-D ed. Terry Jones Koln ; New York Taschen 2001
- The London fashion book. Londres Thames & Hudson 1998.
- Fashion now i-D selects the world's 150 most important designers editado por A Cura di Terra Jones y Colonia Benedikt Taschen 2003
- Fashion now 2 i-D selects 160 of its favourite designers from around the world edited by Terry Jones Köln Taschen c2006.
- Xtreme fashion Courtenay Smith, Sean Topham. Munich Prestel c2005.
- Una guía de la moda urbana Steven Vogel. Barcelona Gustavo Gili 2007.

- Fashion today Colin McDowell London Phaidon c2000.
- Fashion prêt-à-porter, haute couture, street wear, casual Christine Anna Bierhals Ludwigsburg Avedition 2008.

Fecha de revisión:	Elaborado por:
Octubre de 2013	Luis Enrique Bolívar Lugo