



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: | ESTUDIO DE LA MODA CONTEMPORANEA: ANÁLISIS INTERNACIONAL. | | 1.2. Código de la materia: | I2014 |
| 1.3 Departamento: | Departamento de Proyectos de Diseño | | 1.4. Código de Departamento: | A-2560 |
| 1.5. Carga horaria | Teoría: | Práctica: | Total: | |
| | 40hrs. | | 40hrs. | |
| 1.6 Créditos | 1.8 Nivel de formación profesional: | | Tipo de curso (modalidad): | |
| 5 | Licenciatura | | Curso | |

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

| | |
|-------------------|----------------------------------|
| ÁREA DE FORMACIÓN | Básica particular obligatoria |
| CARRERA: | Licenciatura en Diseño de Modas. |

MISIÓN:

El Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño es una dependencia de la Universidad de Guadalajara dedicada a formar profesionistas de calidad, innovadores y comprometidos en las disciplinas de las artes, la arquitectura y el diseño.

En el ámbito de la cultura y la extensión, enfrenta retos de generación y aplicación del conocimiento, educativos y de investigación científica y tecnológica, en un marco de respeto y sustentabilidad para mejorar el entorno social.

VISIÓN:

El Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño es una de las mejores opciones educativas en las artes, la arquitectura y el diseño, con fundamento en los procesos creativos y la investigación científica y tecnológica.

Cuenta con liderazgo académico internacional, consolidado en la calidad de sus programas educativos. Sus egresados satisfacen con relevante capacidad las demandas sociales, ambientales, productivas y culturales de México y su Región.

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 Taller de Diseño de Moda III y la carrera consiste en que mediante la creación de colecciones para el mercado masculino el alumno utilizara, afianzará y mejorará su proceso de diseño y desarrollo, enfocado al mercado objetivo, a sus necesidades, deseos, su contexto, así como su estilo de vida y conductas de consumo, considerando y especificando las dimensiones funcional y técnica de sus propuestas.

El alumno utilizara sus elementos formales para comunicar eficientemente las características de sus propuestas y siendo consciente también de sus impactos sociales y de recursos globales.

En el transcurso del presente taller el alumno conocerá y aplicará la normatividad aplicable a las prendas de vestir en general y para el mercado masculino.

El alumno trabajara bajo un esquema de administración del tiempo de manera que cumpla con los procesos en las fechas establecidas lo cual le habilitará para el trabajo bajo presión y logro de objetivos y fechas de entrega.

MATERIAS CON QUE SE RELACIONA:

- | | |
|---|--|
| * Psicología de la percepción. | * Fundamentos del diseño I. |
| * Comunicación oral y escrita. | * Taller de ergonomía. |
| * Elementos conceptuales del color. | * Creación y Desarrollo de Nuevos Productos. |
| * Taller de Diseño de Moda I, II, IV, V, VI y VII | |
| * Semiótica de la Moda | * Mercadotecnia en la Moda |
| * Gestión estratégica y producción de moda | * Costos y presupuestos en la producción de Moda |
| * Fundamentos del Diseño | * Toma Fotográfica en Blanco y Negro |
| * Sociología de la Moda | |

PERFIL DOCENTE

Aspectos Disciplinarios:

Lic. en áreas del Diseño, Experiencia profesional en un puesto asignado al área de Diseño (ó experiencia independiente comprobable) Experiencia Docente.

Aspectos Pedagógicos:

El docente deberá fomentar y procurar el hábito de la investigación, el diseño de productos con énfasis en

la innovación y enfoque en la satisfacción de necesidades identificadas en el mercado meta, el orden, pulcritud y profesionalismo en sus entregas, en la comunicación oral y escrita, la capacidad de análisis y crítica constructiva y respetuosa entre el grupo. El docente deberá conocer y aplicar recursos didácticos que vinculen la teoría con la experiencia profesional y el acontecer cotidiano.

3.- OBJETIVOS GENERALES: El alumno será capaz de analizar tendencias, realizar investigaciones de mercado para comprender 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

3.1. INFORMATIVOS (conocer, comprender, manejar)

El alumno conocerá que es el Proyecto, con las particularidades específicas de su área profesional. Comprenderá como el Proyecto es un instrumento para resolver problemas teniendo un alcance más global que lo específico del diseño.
Manejará una metodología que le permita estructurar un proyecto integral, coherente y con viabilidad para su realización o ejecución.

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

Saberes teóricos:

- 1.- Identifica analiza y comprende los conceptos de moda y representa gráficamente diseños de moda
- 2.- Analiza la información del brief sobre el desarrollo de una colección de moda
- 3.- Aplica los conocimientos en moda masculina para el desarrollo de colecciones a nivel gráfico o bidimensional así como colecciones en físico

Saberes Prácticos:

- 1.- Gestiona la investigación sobre aspectos teóricos en moda y los confronta.
2. – Crea representaciones bidimensionales a partir de una temática específica.
3. – Desarrolla colecciones Manejo organizadas y formales
- 4.- Realiza dibujos técnicos para la representación adecuadas de sus diseños
5. - Crítica grupal de los conceptos aplicados en las presentaciones.

Saberes Formativos:

- 1.- Investigación y desarrollo de colecciones bidimensionalmente
- 2.- Participa en las dinámicas de análisis de las representaciones
- 3.- Crea prendas físicas masculinas
- 4.- Desarrolla colecciones en base a un brief y presenta su trabajo en tiempo y forma siguiendo las indicaciones propuestas.

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

- "1. Metodología para el análisis y validación de una colección.
2. Investigación del sector masculino:
 - 2.1 Conceptos básicos del diseño de moda masculina.

- 2.2 Introducción al sector y producto de la moda masculina.
- 2.3 La moda contemporánea y el negocio de la moda, investigación de mercado
- 3. Tendencias análisis de las tendencias actuales masculinas.
- 4. Planificación y desarrollo de una colección.
 - 4.1 Metodología y análisis para la estructuración de una colección.
 - 4.2 Investigación del mercado perteneciente al mismo sector.

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 desarrollara durante este semestre 6 proyectos relacionados con el diseño de 5 de ellos son colecciones de moda en diferentes sectores y rangos de edad, además elaborar una editorial de moda.

6.- RECURSOS DIDÁCTICOS

lecturas, presentaciones digitales, maniqués, 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 colecciones 80% proyecto final 20%

Asignándose una rúbrica

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

- 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.
- Everyday fashions of the twenties as pictured in Sears and other catalogs edited and with text by St
- La moda del siglo XIX en detalle Lucy Johnston, en colaboración con Marion Kite y Helen Persson ; f Barcelona Gustavo Gili 2006.
- 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.

.

"

| Fecha de revisión: | Elaborado por: |
|--------------------|----------------|
| Septiembre de 2013 | |