



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:	Taller Diseño de Moda II		1.2. Código de la materia:	I2015
1.3 Departamento:	Proyectos de Diseño		1.4. Código de Departamento:	A-2560
1.5. Carga horaria	Teoría:	Práctica:	Total:	
	48hrs.	72 hrs.	120 hrs	
1.6 Créditos	1.8 Nivel de formación profesional:		Tipo de curso (modalidad):	
11	Licenciatura		Taller	

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

ÁREA DE FORMACIÓN	Básica particular obligatoria
CARRERA:	Licenciado 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:

El objetivo principal de la Licenciatura en Diseño de Modas es formar diseñadores, empresarios, gestores y profesionales capaces de aportar soluciones eficientes a la problemática económica y social que presenta la región principalmente en los sectores productivos del vestido, calzado, marroquinería y joyería; así como, dotar a los estudiantes de habilidades, destrezas, conocimientos y valores para el aprovechamiento de recursos humanos, materiales y financieros; además de conocer y dominar los procesos tecnológicos, informáticos, administrativos y organizativos para la integración de cadenas productivas y así obtener productos, con diseño, calidad, costo-beneficio, cuyo valor agregado, satisfaga las necesidades de mercados locales, nacionales e internacionales. El enfoque de este profesional en diseño de moda es hacia la gestión de proyectos que permitan el desarrollo regional de las cadenas de valor asociadas al diseño de moda. Se distinguirá por su capacidad para resolver problemas y responder

a demandas sociales y de mercado.

Incorporar a la enseñanza del Diseño de Modas, los elementos de Design Thinking (pensamiento de diseño) como diseño centrado en el usuario, diseño emocional y sustentabilidad, orientado a la mejora de la calidad de vida del mercado meta. Además de integrar el reforzamiento de la identidad y los valores locales y universales, en el contexto global.

PERFIL DEL EGRESADO:

El diseñador de Moda de la Universidad de Guadalajara es consciente del entorno social, ambiental, comercial y momento histórico en el cual se encuentra, es generador de tendencias con base en el análisis de estos factores, creando así elementos de autenticidad. Es ético, es capaz de gestionar recursos en mercados globales, es profundo conocedor de las líneas de producción de la industria lo cual da como resultado un profesionista selectivo, creativo e innovador tanto con empresas tradicionales como de nueva generación, tiene la visión para crecer y adaptar con base en la detección de necesidades sociales.

VÍNCULOS DE LA MATERIA CON LA CARRERA:

La materia de diseño de modas II comprende el desarrollo de colecciones para un mercado infantil, debido a esto tiene una estrecha relación con el perfil de egreso pues el diseñador de modas al ser consciente de su entorno social, ambiental, comercial y momento histórico, será capaz de desarrollar colecciones y productos compatibles con su entorno.

MATERIAS CON QUE SE RELACIONA:

Se relaciona con las siguientes materias que contribuyen en la formación del alumno y en el apoyo al desarrollo de los proyectos entre otras más. Toma fotográfica en blanco y negro, Dibujo Artístico, Psicología de la Percepción, Fundamentos del Diseño, Comunicación Oral y Escrita, Taller de Ergonomía, Elementos Conceptuales del Color, Diseño Ecológico y Sustentabilidad, Taller de Diseño de Moda I, Historia y Teoría del Diseño de Modas, Patronaje I, Técnicas de Confección I, Fibras Textiles, Estudio de la Moda Contemporánea: Análisis Internacional, Taller de Diseño de Moda III, Patronaje II, Técnicas de Confección II, Dibujo Artístico, Taller de Diseño de Moda IV, Dibujo y Figurinismo II entre otras.

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: Lo que el alumno debe saber hacer al finalizar el curso

3.1. INFORMATIVOS (conocer, comprender, manejar)

El alumno será capaz de resolver proyectos, analiza tendencias, realizar investigaciones de mercado para analizar las diferentes marcas de moda dirigidas a un mercado infantil, como estas marcas confeccionan sus prendas y que materiales utilizan, comprende el proceso creativo en el desarrollo de colecciones desde el bocetaje hasta la creación de una prenda completa, de esta manera creará colecciones abarcando desde el aspecto creativo, legislativo y estratégico, para obtener resultados óptimos en la situación de mercado infantil actual, utilizando las metodologías creativas.

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 sobre el desarrollo de nuevas tendencias en moda.
- 3.- Aplica los conocimientos básicos y legales en moda infantil para el desarrollo de colecciones a nivel grafico 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. - Critica 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 con base a la legislación en diseño de moda infantil.
- 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. Conceptos y fundamentos del diseño de moda

- 1.1 Conceptos básicos del diseño de moda para menores.
- 1.2 Introducción al sector y producto de la moda para menores.
- 1.3 Investigación de mercado de moda para menores.

2. Tendencias actuales (Análisis)

3. Planificación y desarrollo de una colección. Metodología y análisis para la estructuración de una colección.

- 3.1 Investigación del mercado perteneciente al mismo sector.
- 3.2 Desarrollo “tema de colección” (decisión de textiles, colores y líneas), e investigación directa de la fuente de información. Investigación sobre lo ya hecho sobre el mismo tema.
- 3.3 Desarrollo del proceso de “ideación”
- 3.4 Ilustración y presentación de una colección, validándola conforme a la disposición que hay en el mercado.
- 3.5 Justificación de la colección.

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.

La metodología de trabajo se desarrolla a partir de exposiciones del maestro y lecturas por parte del alumno e investigaciones acerca del sector preferentemente propiciando la discusión-debate en el aula. Asimismo, se elaborará por parte del alumno colecciones para 5 segmentos de mercado de menores, género masculino y femenino, se entregará la planeación de cada colección, Moodboard y Brief, se revisará de manera individual el proceso de ideación y desarrollo (bocetaje), así como los elementos para evaluación de equilibrio de silueta y color, conforme a objetivos particulares en términos de temporada y ocasión.

6.- RECURSOS DIDÁCTICOS

Lecturas y Presentaciones Digitales.

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

10% Desarrollo, Participación (Firmas)

9% Entregables adicionales a las colecciones

60% Colecciones (12% cada una)

8% Lookbook

13% Atuendos confeccionados

Nota 1: El alumno requiere el 80% de asistencias para obtener derecho a ser evaluado, la tolerancia es de 10 minutos y la asistencia se firmara en uno o dos momentos aleatorios en cada clase.

Nota 2: No se permite la entrada sin tarea o sin materiales de trabajo y significa la pérdida de asistencia y de los puntos correspondientes a participación en clase y del entregable (en el caso que aplique).

Nota 3: Las revisiones y avances serán firmados y sellados en el cuaderno del alumno y representan la participación en clase y el derecho a la evaluación de cada colección.

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

OBLIGATORIOS:

- Manuales de diseño de modas. Diseño e investigacion. Simon Seivewright. Barcelona Gustavo Gili 2008
- El dibujo técnico de moda paso a paso. Szkunicka, Basia. Barcelona Gustavo Gili, 2010

DE APOYO:

- 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. 2005.

- 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 c2008.
- Principios básicos del diseño de moda Richard Sorger, Jenny Udale Barcelona Gustavo Gili 2007
- Manuales de diseño de modas. Creación de una colección de moda. Elionor Renfrew/ Colin Renfrew. Barcelona Gustavo Gili 2010

Fecha de revisión:	Elaborado por:
Septiembre de 2013	CORONA GUTIERREZ, Paola Lyccette FLORES RODRIGUEZ, José Alberto