PROGRAMA DE ASIGNATURA

Taller de Moda y Gestión V

 ***Diseño de Colección de Alta Costura-Neo Couture***

**A. Antecedentes Generales**

| 1. Unidad Académica
 | Facultad de Diseño |
| --- | --- |
| 1. Carrera
 | Diseño  |
| 1. Código de la asignatura
 | XXXX |
| 1. Ubicación en la malla
 | 7º semestre, 4º año |
| 1. Créditos
 | 14 |  |
| 1. Tipo de asignatura
 | X | Obligatorio |  | Electivo |  | Optativo |
| 1. Duración
 |  | Bimestral | X | Semestral |  | Anual |
| 1. Módulos semanales
 | 2 | Teóricos | 2 | Prácticos | 0 | Ayudantía |
| 1. Horas académicas
 | 136  | Hrs. de Clase | 0 | Hrs. de Ayudantía |
| 1. Pre-requisito
 | Taller de Moda y Gestión IIITaller de Moda y Gestión IV |

**Competencias de la Asignatura**

|  | **COMPETENCIASGENÉRICAS** |  | **COMPETENCIAS** **DE INNOVACIÓN** |  | **COMPETENCIAS** **DE INVESTIGACIÓN** |  | **COMPETENCIASTECNOLÓGICAS** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Ética |  | Creatividad | X | Observación y conceptualización |  | Representación y visualización |
|  | Emprendimiento y liderazgo | X | Empatía |  | Dominio de Herramientas Metodológicas |  | Dominio de Herramientas Tecnológicas y Procesos de Producción |
| X | Responsabilidad pública | X | Trabajo en equipo |  | Jerarquización de la información |  | Dominio y uso de materiales |
|  | Autonomía |  | Persuasión |  | Juicio crítico |  |  |
|  | Eficiencia | X | Pensamiento estratégico |  |  |  |  |
| X | Visión global |  |  |  |  |  |  |
|  | Visión analítica |  |  |  |  |  |  |
|  | Comunicación |  |  |  |  |  |  |

**B. Aporte al Perfil de Egreso**

Asignatura proyectual que ejercita los fundamentos comunicacionales y productivos del Diseño de Moda, desde un enfoque autoral y de producción hecha a medida, para su aplicación concreta en el desarrollo de una Colección de indumentaria de Alta Costura orientada al mercado del lujo.

La modalidad del Taller Moda y Gestión V considera dos módulos teóricos y dos módulos prácticos.

**Módulo Teórico:**

En una primera etapa ejercita en el alumno el proceso de investigación, promoviendo el uso de herramientas metodológicas tales como Trend Watching, Trend Forecaster, Customer Experience y Cool Hunting, para el establecimiento de una metodología proyectual vinculada a la industria del lujo.

En una segunda etapa y por medio del “Aprendizaje basado en Proyectos”, el alumno identificará y caracterizará a su usuario y/o público objetivo para la proyectación de la colección de indumentaria, la cual deberá ser acompañada de una estrategia comunicacional persuasiva de marketing considerando la realización de una campaña, promoviendo la ejercitación de conocimientos referidos a la ideación, gestión y producción de moda, desde su concepción hasta su ejecución, considerando las acciones de planificación, difusión, RR.PP, administración de recursos, logística, diseño de experiencia y difusión.

**Módulo Práctico:**

Módulo práctico que ejercita en el alumno conocimientos técnicos aplicados al diseño de indumentaria, complementando los saberes adquiridos en el módulo teórico del Taller. Promueve la aplicación, exploración e intervención textil con diversos procesos y técnicas para crear piezas de alta costura tales como la técnica del moulage, aplicación de bordados, pedrería, drapeado, fruncido, plisado y tela sobre tela directamente al maniquí, para la creación y transformación autoral de moldes para la confección de piezas de indumentaria de lujo para adultos.

Asimismo, la asignatura fomenta la proyectación exploratoria sostenible e incorporación de nuevas tecnologías, centradas en el usuario y la elaboración de procesos productivos sustentables referidos a la selección de materiales e insumos de larga data para la producción de prendas hechas a medida.

Al finalizar la asignatura, el alumno deberá haber desarrollado una colección de indumentaria de Alta Costura o Neo Couture para ser presentada en el desfile anual, constituyéndose como la instancia evaluativa de final de semestre.

Se dicta en el ciclo de **Licenciatura**, pertenece a la línea '**Proyectual'** y aporta en el desarrollo de las competencias: **Responsabilidad Pública, Visión Global, Empatía, Trabajo en Equipo, Pensamiento Estratégico y Observación y Conceptualización.**

**C. Competencias y Resultados de Aprendizaje que desarrolla la asignatura**

| **COMPETENCIAS GENÉRICAS** | **RESULTADOS DE APRENDIZAJE GENERALES** |
| --- | --- |
| * Responsabilidad Pública
* Visión Global
 | * Detecta oportunidades de diseño y elabora propuestas de mediana complejidad que permiten mejorar la calidad de vida de los usuarios involucrados, evaluando el potencial impacto negativo de su accionar.
* Integra estratégicamente información teórica y empírica recabada, para el análisis de los fenómenos sociopolíticos, culturales, económicos y tecnológicos que argumentan decisiones del proceso creativo.
 |
| **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS** | **RESULTADOS DE APRENDIZAJE GENERALES** |
| * Empatía
* Trabajo en Equipo
* Pensamiento Estratégico
* Observación y Conceptualización
 | * Identifica, caracteriza y detecta las necesidades del usuario mediante el uso de diversas técnicas de observación y herramientas de análisis cuantitativas y cualitativas.
* Establece un plan de trabajo, considerando tareas colectivas para el logro de los objetivos propuestos.
* Elabora propuestas de colecciones, conceptuales y formales coherentes al análisis diagnóstico realizado a través de diversos recursos metodológicos.
* Complementa estratégicamente la representación de los aspectos formales, funcionales y simbólicos del proyecto, por medio de herramientas de proyectación y visualización técnico-constructivas.
 |

**D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje**

| **UNIDADES DE CONTENIDOS** | **COMPETENCIA** | **RESULTADOS DE APRENDIZAJE** |
| --- | --- | --- |
| **UNIDAD 1:** **XXXXXXXXX**1.1 xxxxxx | * xxxxxxxxxxxxxxx
 | * xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
 |
| **UNIDAD 2:** **XXXXXXXXX**1.1 xxxxxx | * xxxxxxxxxxxxxxxx
 | * xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
 |
| **UNIDAD 3:** **XXXXXXXXX**1.1 xxxxxx | * xxxxxxxxxxxxxxxx
 | * xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
 |

**E. Estrategias de Enseñanza**

En la formación basada en competencias el proceso de enseñanza-aprendizaje se enfoca en el desarrollo de conocimientos, habilidades y destrezas, y en su aplicación para la resolución de problemas similares a los que un profesional debe enfrentar en el mundo del trabajo.

Requiere:

* Lograr profundidad en el conocimiento
* Promover pensamiento de orden superior, como análisis, síntesis, aplicación, evaluación y resolución de problemas.
* Diseñar experiencias de aprendizaje activo (práctico), contextualizado (enfrentar situaciones reales), social (en interacción con otros) y reflexivo (evaluar el propio aprendizaje y generar estrategias para mejorar).
* Implementar estrategias de enseñanza variadas y auténticas (similares a las que se encuentran en el mundo del trabajo).

Diseño UDD ha definido un conjunto de estrategias de enseñanza que ofrecen una amplia gama de posibilidades para promover aprendizajes efectivos y relevantes en los estudiantes.

Para esta asignatura se solicita priorizar las siguientes estrategias:

* Estudio de casos
* Aprendizaje basado en proyectos

Y se sugieren las siguientes estrategias:

* Clase expositiva
* Esquemas y organizadores gráficos
* Uso de imágenes y análisis formal
* Discusión guiada
* Salidas a terreno
* Ejercicio práctico
* Bitácora
* Presentación oral y/o de proyectos

**F. Estrategias de Evaluación**

La evaluación debe estar presente a lo largo de todo el semestre o bimestre, ya sea para identificar los conocimientos previos de los alumnos (evaluación diagnóstica), monitorear la efectividad del proceso de enseñanza-aprendizaje (evaluación formativa), verificar el nivel de logro de los resultados de aprendizaje y calificar el desempeño de los estudiantes (evaluación sumativa).

Los **procedimientos de evaluación** permiten evidenciar el desempeño de los alumnos a través de la elaboración de distintos tipos de documentos o productos (textos escritos, presentaciones orales, pruebas,  propuestas formales en soportes bi y tridimensionales, audiovisuales, desarrollo de proyectos, etc.).

El profesor debe privilegiar aquellos que permitan integrar conocimientos y aplicarlos en función de resolver situaciones auténticas (similares a las que aborda un diseñador profesional).

Se deben utilizar al menos 2 procedimientos de evaluación diferentes a lo largo del curso, de manera de abordar diferentes complejidades y profundidades de conocimiento.

Los **instrumentos de evaluación** permiten analizar la producción de los alumnos, mediante criterios claros, transparentes y objetivos; verificar en qué medida se cumplen los resultados de aprendizaje y cuantificar el nivel de logro a través de un puntaje y una nota. Dependiendo del tipo de contenido, se sugiere utilizar: listas de cotejo, escala de valoración o rúbrica. El instrumento de evaluación debe ser entregado al alumno junto con los criterios de evaluación, a lo menos un mes antes de su aplicación.

**Instancias de evaluación:**

Se deberán realizar al menos 4 evaluaciones calificadas durante el semestre, que en su totalidad podrán:

* Sumar el 100% de la Nota de Presentación a Examen, donde a su vez ésta equivaldrá al 70% de la nota final de la asignatura. Dejando 30% para el Examen Final.
* Sumar el 70% como promedio de la asignatura previo al Examen, dejando 30% para el Examen Final.

Ninguna evaluación por sí sola podrá ponderar más del 25% de la nota total del curso.

**Examen Final:**

Se realizará un examen final, con una ponderación del 30% de la nota total del curso. La fecha de esta evaluación será fijada por el Calendario Académico de la Facultad de forma semestral.

A criterio de la Facultad de Diseño, se podrán establecer comisiones revisoras para calificar el examen final. En dicho caso, las calificaciones emitidas por estas comisiones equivaldrá al 70% de la nota del examen y el 30% restante será determinado por él o los profesores del curso.

**G. Recursos de Aprendizaje**

**Bibliografía Obligatoria:**

* Ejemplo: Renfrew, C. Creación de una colección de moda. Barcelona: GG Moda, 2010.
* Antonio Donnanno. Técnicas de Patronaje de Moda Alta Costura vol 1. Promopress, 2017.
* Antonio Donnanno, Hoaki. Técnicas de Patronaje de Moda Alta Costura vol 2. Promopress, 2021.

# Aneta [Genova](https://www.amazon.com/-/es/s/ref%3Ddp_byline_sr_book_1?ie=UTF8&field-author=Aneta+Genova&text=Aneta+Genova&sort=relevancerank&search-alias=books), Katherine Moriwak. Fashion and Technology: A Guide to Materials and Applications. Fairchild Books, 2016.

**Bibliografía complementaria**

#  SUE-AN VAN DER ZIJPP, MARK WILSON, SARAH SCHLEUNING. IRIS VAN HERPEN Transforming Fashion. High Museum of Art and Groninger Museum, 2015.

# Andrew Bolton. Manus x Machina: Fashion in an Age of Technology. Metropolitan Museum of Art, 2016.

# Sarah Kettley. Designing with Smart Textiles. Fairchild Books 2016.

# Fiell, Charlotte & Peter. DIGITAL LUXURY: Transforming Brands and Consumer Experiences. SAGE Publications Ltd, 2019