

## Resolución de Consejo Superior



Rosario,  
21/07/2026

**RCS - 17 / 2026 - UGR**

**Plan de Estudios Licenciatura en Diseño de Moda- Ciclo de Complementación Curricular**

Expte. N° 459/2026 UGR.-

**VISTO:** la propuesta de nuevo Plan de Estudios de Licenciatura en Diseño de Moda- Ciclo de Complementación Curricular;

**CONSIDERANDO:**

Que la Universidad del Gran Rosario (UGR) es una institución educativa con perfil interdisciplinario y transdisciplinario dedicada a la producción de conocimiento en todos los niveles y a la formación de ciudadanos y profesionales en diversos campos disciplinares;

Que, conforme lo establecido en el Capítulo II, Artículo 12, inciso b) del Estatuto Académico, corresponde al Consejo Superior el tratamiento y aprobación de los planes de estudios de las carreras de la Universidad, en ejercicio de las atribuciones de gobierno que le son propias;

Que la política institucional de la Universidad se orienta hacia la formación integral de las personas y el desarrollo científico, tecnológico y cultural; contribución que se expresa en la oferta académica consolidada y en las actividades de investigación, extensión e internacionalización construidas en diálogo permanente con la comunidad;

Que el Plan de Desarrollo Institucional UGR 2024-2030 prevé, entre sus lineamientos estratégicos, la ampliación de la oferta formativa en distintos niveles y modalidades, promoviendo trayectorias educativas continuas e integradas;

Que el expediente de referencia, iniciado por la Dirección de Innovación y Desarrollo Curricular con intervenciones de la Subsecretaría de Docencia, la Secretaría de Gestión Académica y la Dirección del Espacio de Diseño, eleva para su tratamiento la propuesta del Plan de estudios de la carrera Licenciatura en Diseño de Moda- Ciclo de Complementación Curricular;

Que el Plan de estudios de la carrera Licenciatura en Diseño e Innovación en Moda- Ciclo de Complementación Curricular fue oportunamente aprobado por Resolución C.S. N° 031/2021 UGR y obtuvo reconocimiento oficial y consecuente validez nacional del título mediante RM N° 48/2022 para su modalidad de dictado presencial y por Resolución C.S. N° 030/2021 UGR y RM N° 3895/2021 para su modalidad a distancia, constituyendo el antecedente académico e institucional de la presente propuesta;

Que la propuesta académica elevada incorpora una actualización integral de los fundamentos, objetivos, perfil del título, competencias, alcances y organización curricular de la carrera, redefiniendo su orientación formativa en consonancia con las transformaciones contemporáneas del campo disciplinar y dando lugar a una nueva propuesta académica denominada Licenciatura en Diseño de Moda - Ciclo de Complementación Curricular;

Que el proceso para la incorporación de las modificaciones curriculares se llevó a cabo de acuerdo con lo establecido por la Resolución C.S. N° 048/2019 UGR, que aprueba las Pautas para la Modificación de Planes de Estudio de Carreras de Grado y Pregrado;



## **Resolución de Consejo Superior**

Que el Consejo Superior, en ejercicio de sus competencias estatutarias, trató la propuesta académica en sesión ordinaria de fecha 10 de junio de 2026 -Acta C.S. N° 4/2026-, oportunidad en la cual analizó sus fundamentos, alcances y pertinencia institucional y prestó conformidad para su aprobación;

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA  
UNIVERSIDAD DEL GRAN ROSARIO  
RESUELVE:**

ARTÍCULO 1°: Aprobar el Plan de estudios de la carrera Licenciatura en Diseño de Moda - Ciclo de Complementación Curricular, cuyas características obran en el Anexo Único que forma parte integrante de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2°: Elevar la presente Resolución a la Secretaría de Educación, Ministerio de Capital Humano de la Nación, a los efectos de obtener reconocimiento oficial y su consecuente validez nacional del título de Licenciado/a en Diseño de Moda en cumplimiento con lo establecido por la Ley 24.521.

ARTÍCULO 3°: Regístrese, comuníquese, publíquese y archívese.

RESOLUCIÓN C.S. N° 17/2026 UGR

---

### **ANEXO ÚNICO DE LA RESOLUCIÓN C.S. N° 17/2026 UGR**

#### **Plan de estudios**

#### **LICENCIATURA EN DISEÑO DE MODA CICLO DE COMPLEMENTACIÓN CURRICULAR**

##### **1. Fundamentación**

El Diseño de Moda atraviesa un cambio de paradigma profundo: ha dejado de ser un oficio centrado en la estética del objeto para consolidarse como una disciplina estratégica, crítica y multidimensional. Este giro implica que el diseño ya no se limita a la producción de indumentaria, sino que se piensa como una práctica intelectual capaz de interpretar y transformar la realidad social.

Hoy, diseñar es un proceso de gestión y de construcción de sentido, donde el valor estético convive con la investigación, la viabilidad de los proyectos y la capacidad de anticiparse a las demandas de la época. Bajo este enfoque, "la prenda" deja de ser un fin en sí mismo para convertirse en un dispositivo cultural que comunica valores y posturas ante el mundo.

En la actualidad, el campo de la moda está atravesado por vectores macroestructurales que exigen una postura ética clara, transformando las reglas del sector a nivel global y local. Problemáticas como la sostenibilidad, entendida desde la circularidad y el diseño de ciclos de vida conscientes para los productos; la construcción de una identidad corporal e inclusiva, que rompa con los moldes tradicionales para validar una diversidad no hegemónica; y la colaboración activada mediante dinámicas de transdisciplina junto a la tecnología, la sociología y la economía, están redefiniendo por completo el rol profesional.



Este escenario complejo exige una mirada que supere el simple dominio técnico, integrando una conciencia social que entienda al diseñador como un actor clave y responsable de la cultura material contemporánea.

Bajo esta perspectiva, donde el diseño se entiende como un pensamiento proyectual capaz de gestionar tal complejidad, la Universidad del Gran Rosario asume su compromiso con el medio socioproductivo. Para dar respuesta a estos cambios estructurales, la UGR propone este Ciclo de Complementación Curricular.

Este trayecto no pretende ser una mera extensión de contenidos, sino el eslabón necesario para transformar los conocimientos técnicos y proyectuales previos en una reflexión crítica enfocada en un rol mucho más estratégico. La necesidad de este complemento formativo radica en la urgencia de profesionalizar el sector con perfiles que no solo dominen la construcción material, sino que sean capaces de analizar, anticipar y liderar procesos en un sistema de moda en constante mutación.

Desde el área proyectual, el ciclo aborda la moda como un lenguaje y una narrativa visual, donde el diseño funciona como una herramienta de comunicación para construir sentidos y dirigir universos estéticos. En sintonía con esto, las materias tecno-productivas buscan que el estudiante integre la complejidad de los procesos industriales y las lógicas de gestión en entornos digitales, dos dimensiones fundamentales para garantizar la viabilidad de cualquier proyecto contemporáneo.

A medida que el trayecto avanza, la formación se orienta hacia una dimensión prospectiva. El estudio de escenarios futuros y la innovación invita a los estudiantes a entender el sistema de la moda en su totalidad, promoviendo un desarrollo emprendedor que sea, ante todo, sostenible y conectado con el contexto cultural regional.

En este marco, los espacios de investigación y escritura académica actúan como pilares esenciales que brindan rigor científico, permitiendo que las ideas se traduzcan en proyectos concretos y argumentados.

De este modo, este Ciclo de Complementación representa la apuesta institucional para formar profesionales sensibles, críticos y preparados, capaces de intervenir en el campo de la moda con criterio, creatividad y rigor académico.

## **2. Objetivos**

Objetivo General:

Formar profesionales capaces de diseñar, gestionar y dirigir proyectos de moda de manera integral, articulando pensamiento estratégico, creatividad, innovación, producción y comunicación, en respuesta a los desafíos culturales, tecnológicos y sostenibles del sistema moda contemporáneo.

Objetivos específicos:

- Desarrollar capacidades de análisis crítico y construcción de sentido en la moda, comprendiendo la imagen, la estética y las narrativas visuales como herramientas de comunicación y posicionamiento.
- Integrar conocimientos tecno-productivos, estratégicos y de gestión, para planificar, ejecutar y optimizar procesos de diseño, producción y comercialización en distintos contextos de la industria de la moda.

## Resolución de Consejo Superior



Rosario,  
21/07/2026

- Promover la innovación, el pensamiento prospectivo y el espíritu emprendedor, mediante el desarrollo de proyectos sostenibles, la exploración de escenarios futuros y la inserción en ecosistemas de innovación y negocios.

**3. Denominación:** Licenciatura en Diseño de Moda - Ciclo de Complementación Curricular.

**4. Modalidad de dictado:** Presencial y A distancia

- **Modalidad Presencial**

Porcentaje de espacios curriculares a distancia: 40 %

Porcentaje de espacios curriculares presenciales: 60 %

- **Modalidad A Distancia**

Porcentaje de espacios curriculares a distancia: 100 %

Porcentaje de espacios curriculares presenciales: 0%

**5. Unidad Académica:**

Espacio de Diseño

**6. CPRES al que pertenece la institución:** Centro

**7. Duración de la carrera:** 1 año y medio - 2500 horas totales - 100 CRE

**8. Título que otorga:** Licenciado/a en Diseño de Moda

**9. Perfil del título:**

El/la Licenciado/a en Diseño de Moda es un profesional universitario formado en el marco de una propuesta académica interdisciplinaria que integra los aportes del diseño de indumentaria, la gestión creativa, la historia y teoría de la moda, la innovación tecnológica y las dinámicas del mercado contemporáneo, orientándolos a la generación de valor cultural, estético, social y económico en organizaciones, emprendimientos y comunidades vinculadas al sistema de la moda.

Posee una formación integral sustentada en el pensamiento crítico y reflexivo, la creatividad, la sensibilidad estética, la responsabilidad social y el compromiso ético, que le permite comprender la complejidad de los procesos de producción, circulación, comunicación y consumo de indumentaria en contextos contemporáneos, globalizados y en permanente transformación.

Las funciones sustantivas universitarias -investigación, extensión e internacionalización- constituyen dimensiones integradas a su identidad profesional. El graduado asume la producción de conocimiento aplicado, la vinculación con el sector productivo y la contribución a problemáticas sociales, culturales, ambientales y productivas del campo de la moda como componentes inherentes a su ejercicio profesional.

El/la Licenciado/a en Diseño de Moda tendrá competencias para:

- Integrar saberes proyectuales, teóricos, técnicos, artísticos y estratégicos para desarrollar propuestas de diseño de indumentaria contextualizadas e innovadoras.

## **Resolución de Consejo Superior**



Rosario,  
21/07/2026

- Desarrollar propuestas visuales y expresivas aplicando diversos lenguajes, recursos y herramientas vinculadas al diseño de moda y la comunicación contemporánea.
- Fundamentar decisiones proyectuales mediante pensamiento crítico, capacidad argumentativa y marcos conceptuales propios del campo disciplinar.
- Liderar procesos de diseño y coordinar equipos de trabajo interdisciplinarios en proyectos vinculados a la moda y la indumentaria.
- Gestionar colecciones, productos y experiencias de moda en distintos contextos profesionales, institucionales y culturales.
- Evaluar el impacto social, cultural, ambiental y productivo de las intervenciones de diseño desde una perspectiva ética y sostenible.
- Desarrollar estrategias de diseño y producción para empresas, emprendimientos y organizaciones vinculadas al sistema de la moda, integrando innovación, tecnología y sostenibilidad.
- Experimentar con tecnologías, materialidades y metodologías innovadoras aplicadas al diseño de moda.
- Participar activamente en entornos colaborativos e interdisciplinarios, articulando perspectivas del diseño, la tecnología, la gestión y las Ciencias Sociales para abordar problemáticas complejas de la moda.
- Analizar de manera sistemática las relaciones entre moda, cultura, tecnología, sostenibilidad y sociedad, para intervenir con criterio en contextos globalizados y en permanente transformación.
- Producir conocimiento aplicado sobre el campo de la moda mediante metodologías de investigación pertinentes, orientado a la resolución de problemáticas disciplinares, sociales y productivas.

### **10. Alcances del título**

El/la Licenciado/a en Diseño de Moda, tiene capacidad para:

- Gestionar proyectos de moda: coordinar cronogramas, presupuestos y cadenas de suministro aplicando fundamentos de marketing, logística y gestión de la producción en ámbitos industriales y artesanales.
- Analizar tendencias y comportamientos de consumo: realizar estudios de mercado y análisis cultural para anticipar corrientes estéticas y socioculturales, traduciendo esa información en propuestas de valor y posicionamiento de marca.
- Liderar equipos interdisciplinarios: dirigir y articular grupos de trabajo compuestos por diseñadores, ingenieros textiles, especialistas en marketing y proveedores, fomentando la colaboración y la

## **Resolución de Consejo Superior**



Rosario,  
21/07/2026

innovación.

- Desarrollar y presentar propuestas de valor: elaborar portafolios, lookbooks y pitches comerciales que comuniquen de forma clara y rigurosa cada etapa del proceso creativo y productivo.
- Emprender y asesorar en proyectos de moda sostenible: crear y gestionar iniciativas empresariales o consultorías centradas en modelos de negocio éticos y circulares, promoviendo prácticas responsables a nivel social, económico y ambiental.

### **11. Requisitos de ingreso**

Podrán ingresar al Ciclo de Complementación Curricular de la Licenciatura en Diseño de Moda quienes posean título de Técnico/a Universitario/a o Superior No Universitario/a en Técnicos en Diseño de Indumentaria, en Diseño de Moda, en Producción Textil, en Diseño Textil; Diseñadores de Indumentaria y de Moda o títulos afines al campo disciplinar, con una duración mínima de dos años y medio. Dicho título deberá acreditar, además, un mínimo de 1100 horas de interacción pedagógica o, en los casos en que el plan de estudios de origen se encuentre organizado bajo el sistema de créditos académicos, una cantidad de créditos cuya carga horaria de interacción pedagógica no sea inferior a ese valor.

Asimismo, podrán ser admitidos graduados de otras carreras técnicas o superiores no contempladas en el párrafo anterior, siempre que se acrediten antecedentes académicos suficientes y cumplan con los mismos requisitos de duración y carga horaria/CRE establecidos precedentemente. La pertinencia de dichos antecedentes será evaluada por un comité de admisión designado a tal efecto.

En todos los casos, la institución verificará que la sumatoria entre las horas de interacción pedagógica del título de ingreso y las horas de interacción pedagógica establecidas en el presente Ciclo garantice el cumplimiento del mínimo de 2100 horas de interacción pedagógica y los cuatro años de duración total establecidos por la normativa vigente para las carreras de grado. Si la carga horaria de interacción pedagógica del título de ingreso no alcanza el mínimo requerido pero se cumple la duración en años, la institución podrá determinar espacios curriculares complementarios que el aspirante deberá aprobar a los fines de completar dicha carga horaria.

Para el caso de los alumnos extranjeros que manifiesten intención de inscribirse a la presente formación deberán cumplir con los requisitos establecidos precedentemente y, a su vez, cumplir con los requisitos establecidos por la legislación nacional vigente referente a Educación Superior.

Por otro lado, se deberán cumplimentar los requisitos de inscripción establecidos oportunamente por la Universidad.

### **12. Régimen de egreso**

Para obtener el título correspondiente, el estudiante deberá aprobar la totalidad de los espacios curriculares que integran el Plan de Estudio, cumpliendo con las condiciones académicas y administrativas establecidas por la carrera.



**13. Áreas del conocimiento**

| Áreas del conocimiento         | Espacio Curricular                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Área<br>Proyectual             | Dirección Creativa<br>Diseño Estratégico<br>Dirección y Gestión de la Innovación<br>Diseño y Marketing Digital<br>Emprendimientos y Ecosistemas de Innovación<br>Seminario de Trabajo Final |
| Área<br>Tecnológica            | Dirección Tecno Productiva<br>Producción Textil<br>Tendencias y Experiencia del Usuario<br>Negocios y Mercado                                                                               |
| Área<br>Cultura y Sociedad     | Taller de Escritura Académica<br>Imagen y Estética Contemporánea<br>Metodología de Escenarios Futuros<br>Management Creativo                                                                |
| Integración Interdisciplinaria | Formación Disciplinar Específica                                                                                                                                                            |



**14. Estructura curricular**

| Cód.                              | Espacio curricular                   | Régimen | Horas de interacción pedagógica |          |           |       | Horas de trabajo autónomo | Horas totales | CRE |
|-----------------------------------|--------------------------------------|---------|---------------------------------|----------|-----------|-------|---------------------------|---------------|-----|
|                                   |                                      |         | Sem                             | Teóricas | Prácticas | Total |                           |               |     |
| PRIMER AÑO - PRIMER CUATRIMESTRE  |                                      |         |                                 |          |           |       |                           |               |     |
| 1.1.1                             | Dirección Creativa                   | C       | 5                               | 16       | 64        | 80    | 170                       | 250           | 10  |
| 1.2.1                             | Imagen y Estética Contemporánea      | C       | 4                               | 16       | 48        | 64    | 161                       | 225           | 9   |
| 1.3.1                             | Dirección Tecno Productiva           | C       | 3                               | 16       | 32        | 48    | 102                       | 150           | 6   |
| 1.4.1                             | Management Creativo                  | C       | 3                               | 16       | 32        | 48    | 52                        | 100           | 4   |
| 1.5.1                             | Diseño y Marketing Digital           | C       | 3                               | 32       | 16        | 48    | 77                        | 125           | 5   |
| Subtotal                          |                                      |         |                                 | 96       | 192       | 288   | 562                       | 850           | 34  |
| PRIMER AÑO - SEGUNDO CUATRIMESTRE |                                      |         |                                 |          |           |       |                           |               |     |
| 1.6.2                             | Diseño Estratégico                   | C       | 4                               | 16       | 48        | 64    | 186                       | 250           | 10  |
| 1.7.2                             | Negocios y Mercado                   | C       | 3                               | 16       | 32        | 48    | 52                        | 100           | 4   |
| 1.8.2                             | Producción Textil                    | C       | 4                               | 16       | 48        | 64    | 86                        | 150           | 6   |
| 1.9.2                             | Tendencias y Experiencia del Usuario | C       | 3                               | 32       | 16        | 48    | 52                        | 100           | 4   |
| 1.10.2                            | Taller de Escritura Académica        | C       | 8                               | 64       | 64        | 128   | 122                       | 250           | 10  |
| Subtotal                          |                                      |         |                                 | 144      | 208       | 352   | 498                       | 850           | 34  |
|                                   |                                      |         |                                 |          |           |       |                           |               |     |



## Resolución de Consejo Superior

Rosario,  
21/07/2026

| Subtotal Primer Año               |                                             |   |   | 240 | 400 | 640  | 1060 | 1700 | 68  |
|-----------------------------------|---------------------------------------------|---|---|-----|-----|------|------|------|-----|
| SEGUNDO AÑO - PRIMER CUATRIMESTRE |                                             |   |   |     |     |      |      |      |     |
| 2.11.1                            | Dirección y Gestión de la Innovación        | C | 4 | 16  | 48  | 64   | 86   | 150  | 6   |
| 2.12.1                            | Metodología de Escenarios Futuros           | C | 4 | 32  | 32  | 64   | 86   | 150  | 6   |
| 2.13.1                            | Emprendimientos y Ecosistemas de Innovación | C | 3 | 32  | 16  | 48   | 77   | 125  | 5   |
| 2.14.1                            | Formación Disciplinar Específica            | C | 4 | 32  | 32  | 64   | 61   | 125  | 5   |
| 2.15.1                            | Seminario de Trabajo Final                  | C | 8 | 64  | 64  | 128  | 122  | 250  | 10  |
| Subtotal Segundo Año              |                                             |   |   | 176 | 192 | 368  | 432  | 800  | 32  |
| TOTAL                             |                                             |   |   | 416 | 592 | 1008 | 1492 | 2500 | 100 |

**Duración en años:** 1 año y medio

**Duración en horas reloj:** 2500 horas

**Duración en horas reloj - interacción pedagógica:** 1008 horas

**Duración en horas reloj - trabajo autónomo:** 1492 horas

**CRE:** 100

### 15. Contenidos mínimos

#### 1.1.1 - Dirección Creativa

Rol y funciones de la dirección creativa en la industria de la moda. Curaduría de estilos, selección de lenguajes visuales y dirección de arte. Desarrollo de storytelling aplicado a colecciones y marcas.

Coordinación de equipos interdisciplinarios: estilismo, fotografía, comunicación. Diseño y dirección de campañas, desfiles, editoriales y puestas en escena. Evaluación del impacto estético y comunicacional de proyectos de moda.

#### 1.2.1 - Imagen y Estética Contemporánea



Análisis crítico de la imagen como construcción cultural en la moda contemporánea. Corrientes estéticas desde la posmodernidad y su impacto en la moda. Influencias del arte, la música, el cine y los medios en la construcción de estilos. Culturas visuales digitales y estéticas de lo cotidiano. Narrativas visuales en campañas, editoriales y moda urbana. Códigos simbólicos y culturales de la imagen en contextos globales.

#### **1.3.1 - Dirección Tecno Productiva**

Planificación y programación de colecciones. Coordinación de moldería, corte, confección y acabado. Optimización de recursos y cronogramas. Estudios de tiempos y métodos. Control operativo y tecnologías sostenibles.

#### **1.4.1- Management Creativo**

Estudio de los estímulos cerebrales, sesgos cognitivos y disparadores emocionales que activan el deseo de compra. Aplicación de la neurociencia al diseño de experiencias. Técnicas para estructurar narrativas de marca que conecten con el usuario.

Liderazgo Creativo y Gestión de Equipos de Alto Rendimiento: Desarrollo de habilidades blandas indispensables para coordinación de grupos. Negociación Estratégica y Gestión del Talento en la Industria Textil.

#### **1.5.1- Diseño y Marketing Digital**

Fundamentos y estrategias del marketing digital en relación con el diseño como disciplina proyectual y comunicacional. Entornos digitales, comportamiento de usuarios y audiencias, branding, comunicación en redes sociales, publicidad en línea y analítica digital. Herramientas, plataformas y tendencias vinculadas a la producción de contenidos gráficos y multimediales.

#### **1.6.2 - Diseño Estratégico**

Diseño estratégico y su rol en la industria de la moda. Pensamiento sistémico y análisis del ecosistema competitivo. Mapas de actores, recursos y cadenas de valor en el sistema moda. Herramientas de diseño de modelos de negocio: Canvas, triple impacto, economía circular.

Construcción de propuestas de valor centradas en usuario y experiencia. Estrategias de posicionamiento y diferenciación de marcas de moda. Diseño de sistemas producto–servicio y experiencias integradas.

#### **1.7.2 - Negocios y Mercado**

Investigación cuantitativa y cualitativa de mercados: Herramientas de recolección de datos y análisis del entorno competitivo (benchmarking) para detectar nichos vacíos en la industria de la moda.

Comportamiento del consumidor de indumentaria: Segmentación psicográfica de audiencias.

Canales de distribución internacionales y locales: Modelos de comercialización. Finanzas aplicadas al retail de moda.

#### **1.8.2 - Producción Textil**

## **Resolución de Consejo Superior**



Rosario,  
21/07/2026

Estructura organizativa de planta y roles clave. Políticas de compras, abastecimiento y evaluación de proveedores. Costeo de procesos y análisis de punto de equilibrio. Seguridad e higiene industrial.

Layout de almacenamiento y gestión de inventarios. Logística de entrada y salida, logística inversa y reciclaje textil. ERP/MRP aplicados a la producción textil. Indicadores de gestión de personal: productividad, clima laboral, capacitación.

### **1.9.2 - Tendencias y Experiencia del Usuario**

Metodología de análisis y caza de tendencias (Coolhunting): Técnicas macro y micro-tendenciales para decodificar comportamientos socioculturales emergentes.

Diseño de experiencias (UX) aplicadas a la moda: Estrategias para diseñar puntos de contacto memorables con el cliente. Antropología del consumo y mapas de empatía: Herramientas para comprender las motivaciones profundas del usuario y diseñar productos con alta relevancia emocional y contextual. Innovación en activaciones de marca. Creación de experiencias inmersivas, pop-up stores y narrativas interactivas de temporada que fusionen los mundos online y offline (phygital).

### **1.10.2 - Taller de Escritura Académica**

Introducción a la escritura académica. Tipos de texto. Métodos y medios de búsqueda de fuentes de información. Procesamiento y análisis de información. Escritura de proyectos.

### **2.11.1 - Dirección y Gestión de la Innovación**

Innovación en diseño de moda: producto, procesos, social y cultural. Tipologías de innovación en la industria: tecnológica, organizacional, sostenible. Modelos de gestión de la innovación: Stage-Gate, Lean, Agile aplicados a proyectos de moda. Liderazgo de equipos interdisciplinarios y dinámicas colaborativas. Gestión del riesgo, financiamiento y evaluación de impacto. Estrategias de trazabilidad e innovación sostenible (blockchain, circularidad, regeneración). Casos de innovación en marcas emergentes, startups y ecosistemas colaborativos.

### **2.12.1 - Metodología de Escenarios Futuros**

Transformaciones históricas del capitalismo y configuración del sistema moda. Pensamiento prospectivo y herramientas de anticipación. Análisis de tendencias, megatendencias y señales débiles. Análisis PESTEL del contexto moda. Construcción de escenarios alternativos. Narrativas especulativas y diseño ficción. Exploración de futuros sostenibles y regenerativos. Aplicación a proyectos de colección prospectiva.

### **2.13.1- Emprendimientos y Ecosistemas de Innovación**

Modelos de negocio en moda: autoral, comercial, circular y tecnológico. Desarrollo de perfil emprendedor y plan de negocios. Investigación de mercado y validación de propuestas. Planificación financiera, escalabilidad y sostenibilidad de proyectos. Estrategias digitales avanzadas, e-commerce, multicanalidad. Innovación abierta y entornos colaborativos. Ecosistemas de innovación: incubadoras y redes. Herramientas de co-diseño y desarrollo ágil de proyectos.

### **2.14.1 - Formación Disciplinar Específica**

El espacio de Formación Disciplinar Específica constituye un ámbito curricular orientado a la profundización y/o actualización de contenidos propios del campo disciplinar. Su finalidad es posibilitar que



el estudiante recorra trayectos formativos que atiendan a la diversidad de enfoques, problemáticas y desarrollos emergentes de la disciplina.

Se trata de un espacio flexible, cuya definición podrá variar en función de los procesos de actualización curricular y de las prioridades académicas que establezca la Dirección de la Carrera, garantizando su pertinencia y coherencia con el perfil del título.

### 2.15.1 - Seminario de Trabajo Final

Características del trabajo final. Elecciones metodológicas y técnicas de investigación posibles

a emplear. Guías para su utilización en un trabajo final. Tipos de trabajo final. Proceso de diseño. Proyecto en diseño. Temáticas a abordar y formas de abordaje. Seguimiento y asistencia en el proceso de elaboración. Maquetación y prototipado.

### 16. Cuadro de congruencias

| Competencias                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Alcances                                                                                                                                                                                                                                        | Espacios curriculares                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Gestionar colecciones, productos y experiencias de moda en distintos contextos profesionales, institucionales y culturales.</p> <p>Desarrollar estrategias de diseño y producción para empresas, emprendimientos y organizaciones vinculadas al sistema de la moda, integrando innovación, tecnología y sostenibilidad.</p> | <p>Gestionar proyectos de moda: coordinar cronogramas, presupuestos y cadenas de suministro aplicando fundamentos de marketing, logística y gestión de la producción en ámbitos industriales y artesanales</p>                                  | <p>1.1.1 Dirección Creativa</p> <p>1.3.1 Dirección Tecno Productiva</p> <p>1.4.1 Management Creativo</p> <p>1.6.2 Diseño Estratégico</p> <p>1.8.2 Producción Textil</p> |
| <p>Fundamentar decisiones proyectuales mediante pensamiento crítico, capacidad argumentativa y marcos conceptuales propios del campo disciplinar.</p>                                                                                                                                                                          | <p>Analizar tendencias y comportamientos de consumo: realizar estudios de mercado y análisis cultural para anticipar corrientes estéticas y socioculturales, traduciendo esa información en propuestas de valor y posicionamiento de marca.</p> | <p>1.2.1 Imagen y Estética Contemporánea.</p> <p>1.7.2 Negocios y Mercado</p>                                                                                           |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Analizar de manera sistemática las relaciones entre moda, cultura, tecnología, sostenibilidad y sociedad, para intervenir con criterio en contextos globalizados y en permanente transformación.</p> <p>Producir conocimiento aplicado sobre el campo de la moda mediante metodologías de investigación pertinentes, orientado a la resolución de problemáticas disciplinares, sociales y productivas.</p> |                                                                                                                                                                                                                          | <p>1.9.2 Tendencias y experiencia del usuario.</p> <p>1.10.2 Taller de Escritura Académica</p> <p>2.12.1 Metodología de Escenarios Futuros.</p> <p>2.14.1 Formación Disciplinar Específica</p> <p>2.15.1 Seminario de Trabajo Final</p> |
| <p>Liderar procesos de diseño y coordinar equipos de trabajo interdisciplinarios en proyectos vinculados a la moda y la indumentaria.</p> <p>Participar activamente en entornos colaborativos e interdisciplinarios, articulando perspectivas del diseño, la tecnología, la gestión y las Ciencias Sociales para abordar problemáticas complejas de la moda.</p>                                              | <p>Liderar equipos interdisciplinarios: dirigir y articular grupos de trabajo compuestos por diseñadores, ingenieros textiles, especialistas en marketing y proveedores, fomentando la colaboración y la innovación.</p> | <p>1.1.1. Dirección Creativa</p> <p>1.3.1 Dirección Tecno Productiva</p> <p>1.4.1 Management Creativo</p> <p>1.5.1 Diseño y Marketing Digital</p> <p>1.6.2 Diseño Estratégico</p> <p>2.11.1 Dirección y Gestión de la Innovación</p>    |

## Resolución de Consejo Superior



Rosario,  
21/07/2026

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Desarrollar propuestas visuales y expresivas aplicando diversos lenguajes, recursos y herramientas vinculadas al diseño de moda y la comunicación contemporánea.</p> <p>Integrar saberes proyectuales, teóricos, técnicos, artísticos y estratégicos para desarrollar propuestas de diseño de indumentaria contextualizadas e innovadoras.</p> | <p>Desarrollar y presentar propuestas de valor: elaborar portafolios, lookbooks y pitches comerciales que comuniquen de forma clara y rigurosa cada etapa del proceso creativo y productivo.</p>                                                       | <p>1.1.1 Dirección Creativa</p> <p>1.5.1 Diseño y Marketing Digital</p> <p>1.10.2 Taller de Escritura Académica</p> <p>2.14.1 Formación Disciplinar Específica.</p> <p>2.15.1 Seminario de Trabajo Final</p>  |
| <p>Evaluar el impacto social, cultural, ambiental y productivo de las intervenciones de diseño desde una perspectiva ética y sostenible.</p> <p>Experimentar con tecnologías, materialidades y metodologías innovadoras aplicadas al diseño de moda.</p>                                                                                          | <p>Emprender y asesorar en proyectos de moda sostenible: crear y gestionar iniciativas empresariales o consultorías centradas en modelos de negocio éticos y circulares, promoviendo prácticas responsables a nivel social, económico y ambiental.</p> | <p>1.3.1 Dirección Tecno Productiva</p> <p>1.6.2 Diseño Estratégico</p> <p>1.7.2 Negocios y Mercado 2.11.1 Dirección y Gestión de la Innovación</p> <p>2.13.1 Emprendimientos y Ecosistemas de Innovación</p> |



### **17. Sistema de Educación a Distancia UGR Virtual**

En las últimas dos décadas, la incorporación masiva de las TIC en las distintas esferas de la sociedad han generado nuevas formas de socialización, eliminando las distancias. En el campo educativo, se cuenta con tecnologías que permiten crear escenarios de interacción para desarrollar procesos de enseñanza y aprendizaje con una fuerte impronta grupal y colaborativa entre profesores y estudiantes, donde el conocimiento es concebido como construcción fluida entre quienes participan del ámbito educativo. Se interpela así la relación docente-estudiante desde una perspectiva amplia y descentralizada.

En este marco, la Universidad del Gran Rosario, creó por Resolución Rectoral N°075/2019 el Sistema UGR Virtual, que constituye el conjunto de normativas, procesos, equipamientos, recursos humanos y didácticos, que permiten el desarrollo de las propuestas a implementar mediante la modalidad a distancia. El mismo fue validado mediante RESOL-2019-230-APN-SECPU#MECCYT el mes de septiembre de 2019, el cual fuera ratificado mediante RESFC-2023-541-APN-CONEAU#ME. El Sistema UGR Virtual ha establecido en su normativa los lineamientos pedagógicos que rigen para el desarrollo de propuestas educativas que lo utilicen.

Estos se enmarcan en un modelo educomunicacional y son de corte predominantemente constructivista. Desde este paradigma se concibe el aprendizaje como un proceso dinámico, participativo, interactivo y dialógico, a través del cual los/las estudiantes constituyen nuevas ideas y conceptos tomando como punto de partida sus conocimientos anteriores y trabajando colaborativamente con otros/as. Asimismo, el Sistema UGR Virtual también ha regulado una serie de lineamientos comunicacionales para abordar el proceso de enseñanza aprendizaje. Los mismos tienden al diálogo, la construcción de conocimiento de modo crítico y reflexivo y la consolidación de la comunidad educativa y participativa.

El aula virtual tendrá un uso específico del espacio curricular, en función de la modalidad de implementación adoptada.