Resolución de Consejo Superior

Rosario,
29/09/2025

RCS - 50 / 2025 - UGR

Plan de estudios Licenciatura en Diseño de Moda

Expte. N° 1342/2025 UGR.-

VISTO: el Expte. Nº 1342/2025 UGR inciado en fecha 18 de septiembre de 2025 por la Dirección de Innovación y Desarrollo Curricular, con las respectivas actuaciones de Subsecretaría de Docencia, Secretaría de Gestión Académica y Dirección del Espacio de Diseño; y elevado por el Director del mencionado Espacio en carácter de Consejero para el tratamiento ante el Consejo Superior;

CONSIDERANDO:

Que la Universidad del Gran Rosario (UGR) es una institución de educación superior universitaria dedicada a la formación de ciudadanos/as y profesionales en todos los niveles y en diversos campos disciplinares;

Que el mencionado expediente refiere a la propuesta de Plan de estudios de Licenciatura en Diseño de Moda;

Que dicha propuesta surge como una respuesta estratégica ante los profundos cambios que han redefinido el sistema de la moda y la indumentaria a nivel global en los últimos años, a la vez que expresa la voluntad institucional de consolidar una oferta educativa innovadora, pertinente y comprometida con las demandas profesionales del presente y del futuro;

Que la iniciativa plantea entre sus objetivos formar profesionales capaces de diseñar, gestionar e innovar en el campo de la moda desde una perspectiva crítica, interdisciplinaria y sostenible, que sean capaces de integrar críticamente los fenómenos culturales, sociales y económicos que configuran el sistema de la moda, a fin de generar propuestas contextualizadas y relevantes;

Que la Secretaría del Consejo Superior ha tomado la intervención que le corresponde y se expide de conformidad;

Las atribuciones que le son propias;

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA
UNIVERSIDAD DEL GRAN ROSARIO
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º: Aprobar el Plan de estudios de Licenciatura en Diseño de Moda, conforme las características que obran en el Anexo Único que forma parte integrante de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2º: Crear, en el ámbito del Espacio de Diseño, la carrera Licenciatura en Diseño de Moda.

ARTÍCULO 3°: 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 y de Técnico/a Universitario/a en Diseño de Moda en cumplimiento con lo establecido por la Ley 24.521.

ARTÍCULO 4º: Regístrese, comuníquese, publíquese y archívese.

RESOLUCIÓN C.S. N° 50/2025 UGR

ANEXO ÚNICO DE LA RESOLUCIÓN C.S. N° 50/2025 UGR

Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño de Moda

1. Fundamentación

La creación de la Licenciatura en Diseño de Moda en la Universidad del Gran Rosario, es una respuesta estratégica ante las transformaciones profundas que, en las últimas décadas, han redefinido el sistema de la moda y la indumentaria a nivel global. Por otro lado, refleja la voluntad institucional de ofrecer una propuesta académica innovadora, pertinente y comprometida con las demandas profesionales, culturales y productivas del presente y del futuro.

El diseño de moda, históricamente vinculado a la confección y al valor estético de las prendas, se concibe hoy como una disciplina estratégica, crítica y multidimensional. La digitalización, la inteligencia artificial, la biotecnología aplicada a textiles, la trazabilidad, la automatización y la economía circular están redefiniendo los procesos productivos, los modelos de negocio y la manera en que la moda se concibe, produce, comunica y consume. A estos cambios se suma la demanda de consumidores que valoran la coherencia entre estética, funcionalidad y ética, priorizando materiales sostenibles, procesos responsables y condiciones laborales dignas.

En este contexto, se evidencia una vacancia: la necesidad de profesionales que trasciendan el dominio técnico y sean capaces de integrar pensamiento proyectual, competencias tecnológicas, visión estratégica y conciencia social y ambiental. La Licenciatura en Diseño de Moda busca responder a esa demanda mediante una estructura curricular articulada y flexible que combina una sólida formación técnica —reflejada en el título intermedio de Técnico/a Universitario/a en Diseño de Moda al finalizar el tercer año— con un cuarto año orientado a la innovación, la investigación, la gestión y la proyección estratégica en el campo de la moda, para obtener el título de Licenciatura.

La perspectiva institucional que sustenta esta carrera reconoce al Diseño de Moda como un agente transformador en la intersección entre cultura, industria y sociedad. La propuesta curricular integra áreas disciplinares específicas —proyecto, tecnología, cultura y sociedad— con ejes transversales como innovación, sostenibilidad e inclusión. La innovación, en este marco, no se limita a la

incorporación de herramientas digitales, sino que se concibe como una actitud proyectual y metodológica que impulsa la generación de nuevas ideas, materiales y procesos adaptados a un sector dinámico y globalizado.

La Licenciatura asume un enfoque pedagógico centrado en el estudiante, promoviendo un aprendizaje activo, situado y personalizado. Este modelo fomenta la experimentación, la colaboración interdisciplinaria y el vínculo con el sector socioproductivo, de manera que las propuestas académicas se traduzcan en proyectos concretos, emprendimientos y desarrollos con impacto real. En definitiva, se trata de una apuesta estratégica para formar profesionales capaces de liderar procesos creativos y productivos que transformen el sistema de la moda, conjugando excelencia técnica, visión crítica y compromiso con el desarrollo sostenible y la diversidad cultural.

2. Objetivo

Formar profesionales capaces de:

- Diseñar, gestionar e innovar en el campo de la moda desde una perspectiva crítica, interdisciplinaria y sostenible, que sean capaces de integrar críticamente los fenómenos culturales, sociales y económicos que configuran el sistema de la moda, a fin de generar propuestas contextualizadas y relevantes.

- Desarrollar capacidades proyectuales para idear y materializar productos de moda con criterios estéticos, funcionales y de impacto social.

- Incorporar herramientas tecnológicas y digitales aplicadas al diseño, producción y comunicación de la moda, promoviendo la innovación en toda la cadena de valor.

- Analizar críticamente los fenómenos culturales, sociales y económicos que configuran el sistema moda, a fin de generar propuestas contextualizadas y relevantes.

- Integrar principios de sostenibilidad, ética y responsabilidad social en los procesos creativos y productivos del diseño de moda.

- Potenciar habilidades de investigación, experimentación y gestión para liderar proyectos interdisciplinarios en ámbitos profesionales, académicos o emprendedores.

3. Denominación: Licenciatura en Diseño de Moda

4. Modalidades de dictado: Presencial y A Distancia

- **Modalidad Presencial**

Porcentaje de espacios curriculares a distancia	30%
Porcentaje de espacios curriculares presenciales	70%

- **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:

Licenciatura: 4 años - 6000 horas

Título Intermedio: 3 años - 4475 horas

8. Título intermedio: Técnico/a Universitario/a en Diseño de Moda

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

10. Perfil del título:

El Técnico/a Universitario/a en Diseño de Moda es un graduado que:

- Posee una formación sólida en los fundamentos proyectuales, técnicos y morfológicos del diseño de indumentaria y textil.

- Comprende el lenguaje visual, material y corporal, y es capaz de aplicarlo con precisión en propuestas de diseño específicas.

- Maneja herramientas digitales, tecnologías textiles y procesos productivos, con criterio técnico, funcional y estético.

- Se desempeña con solvencia en entornos colaborativos, integrando equipos de trabajo multidisciplinarios vinculados a la moda, el arte, la comunicación o la industria.

- Aborda desafíos proyectuales concretos con iniciativa, responsabilidad y orientación a la resolución operativa.

El Licenciado/a en Diseño de Moda es un graduado que:

- Integra saberes proyectuales, teóricos, técnicos, artísticos y estratégicos para abordar el diseño de indumentaria como práctica crítica, contextual e innovadora.

- Domina múltiples lenguajes visuales y expresivos, y posee una visión compleja de los procesos sociales, culturales, productivos y tecnológicos vinculados al vestir.

- Se posiciona como un profesional autónomo, con pensamiento reflexivo, capacidad argumentativa y fundamentos conceptuales que sustentan sus decisiones proyectuales.

- Lidera procesos de diseño, coordina equipos de trabajo y gestiona colecciones, productos y experiencias en diversos contextos profesionales, institucionales y culturales.

- Evalúa el impacto de sus intervenciones con perspectiva ética, sensibilidad social y compromiso con la sostenibilidad, la diversidad y la innovación.

- Asume roles de diseño y gestión de producción en empresas del sector textil e indumentaria, estudios de diseño, agencias de tendencias, startups de moda tecnológica, organizaciones culturales y proyectos propios, siempre con un compromiso ético y una visión sistémica que articula moda, cultura, tecnología y sostenibilidad.

11. Alcances del título

El Técnico/a Universitario/a en Diseño de Moda es un profesional competente para:

- Concebir y desarrollar colecciones de moda: planificar, idear y materializar líneas de producto (prendas y accesorios) desde el boceto inicial hasta el prototipo final, aplicando metodologías de diseño proyectual y criterios estéticos y funcionales.

- Investigar materiales y procesos: seleccionar, ensayar y documentar fibras, tejidos y acabados, así como procesos de confección y acabados tecnológicos, garantizando calidad, viabilidad productiva y sostenibilidad.

- Diseñar y digitalizar patrones avanzados: elaborar moldería y fichas técnicas mediante técnicas manuales y herramientas CAD, asegurando un ajuste morfológico óptimo y facilitando la industrialización.

- Integrar soluciones tecnológicas e innovadoras: incorporar herramientas de Inteligencia Artificial, textiles inteligentes y biotecnología en el desarrollo de productos para optimizar procesos, personalizar experiencias de usuario y promover la circularidad.

El Licenciado/a en Diseño de Moda, además 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 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.

12. Requisitos de ingreso

Serán condiciones de ingreso para la carrera:

- Que los interesados se adecuen a lo estipulado en el Artículo 7° de la ley de Educación Superior Nº 24.521: “Todas las personas que aprueben la educación secundaria pueden ingresar de manera libre e irrestricta a la enseñanza de grado en el nivel de educación superior. Excepcionalmente, los mayores de veinticinco (25) años que no reúnan esa condición, podrán ingresar siempre que demuestren, a través de las evaluaciones que las provincias, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o las universidades en su caso establezcan, que tienen preparación o experiencia laboral acorde con los estudios que se proponen iniciar, así como aptitudes y conocimientos suficientes para cursarlos satisfactoriamente. Este ingreso debe ser complementado mediante los procesos de nivelación y orientación profesional y vocacional que cada institución de educación superior debe constituir, pero que en ningún caso debe tener un carácter selectivo excluyente o discriminador.”

- 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.

- Cumplimentar los requisitos de inscripción establecidos oportunamente por la Universidad.

13. Régimen de egreso

- Para la aprobación de la “Licenciatura en Diseño de Moda” los estudiantes deberán aprobar todos los espacios curriculares contemplados en el plan de estudios.

- Para obtener el título de “Técnico/a Universitario/a en Diseño de Moda”, los estudiantes deberán aprobar los espacios curriculares de los tres primeros años del plan de estudios de la Licenciatura en Diseño de Moda.

14. Áreas del conocimiento

Áreas del conocimiento	**Asignatura**
PROYECTUAL	Fundamentos del Diseño Proyecto de Moda I Proyecto de Moda II Proyecto de Moda III Diseño y Desarrollo de Producto Dirección Creativa

	Diseño Estratégico Dirección y Gestión de la Innovación Metodología de Escenarios Futuros Identidad y Estrategias de Marca Estrategias y Práctica Profesional Diseño y Marketing Digital Emprendimientos y Ecosistemas de Innovación Seminario de Trabajo Final
TECNOLÓGICA	Expresión Gráfica Laboratorio de Gráfica Vectorial Representación Digital Representación y Visualización Introducción al Patronaje y Confección Patronaje y Confección Técnicas Avanzadas de Patronaje y Confección Patronaje y Confección Industrial Introducción a la Industria Textil Materiales y Procesos Textiles Gestión de Procesos Textiles Dirección Tecno Productiva Producción Textil Sostenibilidad en la Moda
CULTURA Y SOCIEDAD	Historia de la Cultura y el Diseño Historia y Cultura de la Moda

	Comunicación en el Diseño Moda y Sociedad Pensamiento Creativo Fotografía Imagen y Estética Contemporánea Taller de Escritura Académica
INTEGRACIÓN INTERDISCIPLINARIA	Seminario de Actualización I Seminario de Actualización II Optativa I Optativa II Espacio de Libre Configuración

15. 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	Fundamentos del Diseño	cuatrimestral	5	16	64	80	120	200	8
1.2.1	Expresión Gráfica	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
1.3.1	Introducción al Patronaje y Confección	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
1.4.1	Historia de la Cultura y el Diseño	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
1.5.1	Laboratorio de Gráfica Vectorial	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
1.6.1	Pensamiento Creativo	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
PRIMER AÑO - SEGUNDO CUATRIMESTRE									

1.7.2	Proyecto de Moda I	cuatrimestral	5	16	64	80	120	200	8
1.8.2	Representación y Visualización	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
1.9.2	Patronaje y Confección	cuatrimestral	4	16	48	64	61	125	5
1.10.2	Historia y Cultura de la Moda	cuatrimestral	3	32	16	48	77	125	5
1.11.2	Introducción a la Industria Textil	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
SEGUNDO AÑO - PRIMER CUATRIMESTRE									
2.12.1	Proyecto de Moda II	cuatrimestral	5	16	64	80	145	225	9
2.13.1	Técnicas Avanzadas de Patronaje y Confección	cuatrimestral	4	32	32	64	111	175	7
2.14.1	Materiales y Procesos Textiles	cuatrimestral	3	16	32	48	77	125	5
2.15.1	Comunicación en el Diseño	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
2.16.1	Fotografía	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
SEGUNDO AÑO - SEGUNDO CUATRIMESTRE									
2.17.2	Proyecto de Moda III	cuatrimestral	5	16	64	80	145	225	9
2.18.2	Representación Digital	cuatrimestral	3	16	32	48	102	150	6
2.19.2	Patronaje y Confección Industrial	cuatrimestral	4	16	48	64	111	175	7
2.20.2	Identidad y Estrategias de Marca	cuatrimestral	3	32	16	48	77	125	5
2.21.2	Moda y Sociedad	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
TERCER AÑO - PRIMER CUATRIMESTRE									
3.22.1	Diseño y Desarrollo de Producto	cuatrimestral	5	32	48	80	170	250	10
3.23.1	Seminario de Actualización I	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
3.24.1	Sostenibilidad en la Moda	cuatrimestral	3	32	16	48	77	125	5
3.25.1	Gestión de Procesos Textiles	cuatrimestral	4	32	32	64	136	200	8

3.26.1	Estrategias y Práctica Profesional	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
TERCER AÑO - SEGUNDO CUATRIMESTRE									
3.27.2	Dirección Creativa	cuatrimestral	5	16	64	80	170	250	10
3.28.2	Imagen y Estética Contemporánea	cuatrimestral	4	16	48	64	161	225	9
3.29.2	Dirección Tecno Productiva	cuatrimestral	3	16	32	48	102	150	6
3.30.2	Espacio de Libre Configuración	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
3.31.2	Diseño y Marketing Digital	cuatrimestral	3	32	16	48	77	125	5
CUARTO AÑO - PRIMER CUATRIMESTRE									
4.32.1	Diseño Estratégico	cuatrimestral	5	16	64	80	195	275	11
4.33.1	Optativa I	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
4.34.1	Producción Textil	cuatrimestral	4	16	48	64	86	150	6
4.35.1	Seminario de Actualización II	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
4.36.1	Taller de Escritura Académica	cuatrimestral	3	32	16	48	52	100	4
CUARTO AÑO - SEGUNDO CUATRIMESTRE									
4.37.2	Dirección y Gestión de la Innovación	cuatrimestral	4	16	48	64	86	150	6
4.38.2	Metodología de Escenarios Futuros	cuatrimestral	3	16	32	48	102	150	6
4.39.2	Emprendimientos y Ecosistemas de Innovación	cuatrimestral	3	32	16	48	77	125	5
4.40.2	Optativa II	cuatrimestral	3	16	32	48	52	100	4
4.41.2	Seminario de Trabajo Final	cuatrimestral	5	16	64	80	195	275	11
TOTAL						**2336**	**3664**	**6000**	**240**

Título intermedio: Técnico/a Universitario/a en Diseño de moda

Duración en años	**3** años
Duración en horas reloj	**4475** horas reloj
Duración en horas reloj - interacción pedagógica	**1760** horas reloj

Duración en horas reloj - trabajo autónomo	**2715** horas reloj

Título que otorga: Licenciado/a en Diseño de moda

Duración en años	**4** años
Duración en horas reloj	**6000** horas reloj
Duración en horas reloj - interacción pedagógica	**2336** horas reloj
Duración en horas reloj - trabajo autónomo	**3664** horas reloj

16. Contenidos mínimos

1.1.1 - Fundamentos del Diseño

Introducción al pensamiento proyectual en moda. Proceso de diseño: fases, herramientas y actores. Observación, análisis y síntesis visual. El cuerpo como soporte del diseño. Morfología, forma y función. Diseño conceptual inicial. Principios básicos de experimentación textil y volumétrica. Observación, bocetado y primeras narrativas visuales aplicadas a la indumentaria. Funcionalidad y uso.

1.2.1 - Expresión Gráfica

El dibujo como medio de exploración y comunicación en el diseño de moda. Herramientas y técnicas manuales. Figurín base: proporciones, anatomía, medidas, tamaños, movimiento, volúmenes y sombras. Técnicas de representación. Síntesis y expresividad en la construcción de ideas. Texturas, estampas y recursos gráficos aplicados al boceto.

1.3.1 - Introducción al Patronaje y Confección

Fundamentos del patronaje plano. Toma de medidas antropométricas y moldes base. Transformaciones simples (pinzas, entalles, ampliaciones). Conceptos de calce, holgura y caída. Ensamble de piezas básicas. Costura inicial a máquina. Terminaciones elementales. Desarrollo de una prenda prototipo sencilla con ficha técnica básica.

1.4.1 - Historia de la Cultura y el Diseño

Evolución histórica del diseño en diálogo con los procesos culturales, sociales y tecnológicos, desde la Antigüedad hasta la contemporaneidad. Impacto de los movimientos artísticos y culturales —Renacimiento, Vanguardias, Modernidad, Posmodernidad y globalización— en el desarrollo del diseño gráfico, de modas y de interiores. Revolución Industrial, Bauhaus, el racionalismo y el funcionalismo en el siglo XX; tendencias actuales vinculadas a sostenibilidad, diversidad e innovación social.

1.5.1 - Laboratorio de Gráfica Vectorial

Lenguajes gráficos escalables. Construcción de formas de diversa complejidad articulables con las asignaturas del cuatrimestre.

1.6.1 - Pensamiento Creativo

Fundamentos del Pensamiento Creativo. Definiciones y características de la creatividad. Fundamentos teóricos del pensamiento creativo. Tipos de pensamiento: convergente, divergente, lateral y asociativo. Proceso creativo: fases y metodologías. Modelos de creatividad. Métodos y Técnicas para la Generación de Ideas. Técnicas de estimulación creativa. Identificación y aplicación de insights en creatividad. La creatividad en la resolución de problemas de diseño. Aplicación del Pensamiento Creativo. Co-creación y dinámicas grupales en el diseño. Evaluación y Materialización de Ideas.

1.7.2 - Proyecto de Moda I

Análisis morfológico del cuerpo humano. Relación prenda–cuerpo. Desarrollo de tipologías base. Storytelling básico aplicado al proyecto de moda. Introducción al concepto de colección. Idea y concepto. Proyectos y fichas técnicas de baja complejidad. Presentación de propuestas. Evaluación de viabilidad proyectual.

1.8.2 - Representación y Visualización

Fundamentos de la representación gráfica aplicada al diseño. Sistemas de proyección, geometría descriptiva y normas básicas del dibujo técnico en dos dimensiones. Croquis, planos, cortes y perspectivas. Representación tridimensional. Maquetado, perspectiva axonométrica, herramientas digitales para modelado 3D. Articulación entre recursos manuales y tecnológicos, comprensión espacial, visualización de volúmenes.

1.9.2 - Patronaje y Confección

Transformaciones complejas de moldes: traslados de pinzas, recortes, volúmenes. Variantes de tipologías. Construcción de prendas de mediana complejidad. Textiles especiales. Ensamble de piezas compuestas. Sistemas de cierre y acabados. Pruebas de ajuste y correcciones. Desarrollo de un prototipo con diseño funcional y estético.

1.10.2 - Historia y Cultura de la Moda

Panorama histórico de la moda desde los años 70 hasta la actualidad. Diversificación estilística y fragmentación del gusto en la posmodernidad. Estéticas contraculturales y deconstrucción del canon occidental. Globalización, hibridación cultural y circulación internacional de estilos. El cuerpo como superficie de inscripción cultural en la moda contemporánea. Análisis de diseñadores, colectivos disruptivos y movimientos transformadores. La moda como resistencia, innovación y cambio cultural en clave histórica.

1.11.2 - Introducción a la Industria Textil

Sistema moda y cadena textil. Actores, etapas y tipologías de negocios. Cadena de valor en moda Evolución histórica: del telar manual a la producción industrial. Revolución textil y sus hitos tecnológicos. Modelos de negocio: integración vertical vs. externalización. Principales mercados globales. Indicadores de desempeño y competitividad. Tendencias de consumo y agendas ambientales (ODS) Retos contemporáneos: digitalización y economía circular.

2.12.1 - Proyecto de Moda II

Diseño de autor y enfoque personal. Referentes de diseño de autor. Definición de estilo personal y construcción de identidad proyectual. Investigación aplicada al proceso creativo. Desarrollo de colecciones cápsula. Selección de materiales y prototipado. Paneles de proceso y relato visual de colección. Integración entre diseño y técnicas.

2.13.1 - Técnicas Avanzadas de Patronaje y Confección

Patronaje tridimensional (moulage) y técnicas híbridas. Experimentación con formas, cortes y volúmenes. Prendas no convencionales. Ensambles complejos. Análisis del comportamiento textil. Acabados de calidad. Desarrollo de prendas con mayor valor proyectual y autoral. Documentación técnica avanzada.

2.14.1 - Materiales y Procesos Textiles

Propiedades físico-químicas de fibras y tejidos (naturales, artificiales y sintéticas). Métodos de hilado, mezclas y tecnologías de tejido (plano, punto, no tejidos). Procesos de tintura, estampado y acabados funcionales (antiarrugas, ignífugos, hidrorrepelentes). Ensayos de calidad y normas ISO aplicadas a materiales. Innovaciones en superficies y recubrimientos. Impacto ambiental de procesos y alternativas sostenibles.

2.15.1 - Comunicación en el Diseño

Fundamentos de la comunicación en el diseño. El diseño como lenguaje. Sistemas de signos y códigos específicos de cada disciplina. Comunicar a través del diseño. Códigos culturales y disciplinares. Significación de los objetos diseñados. Comunicación del proceso proyectual: El brief como herramienta. Recolección de datos. Toma de decisiones. Argumentación y fundamentación del diseño a partir de teorías. Coherencia discursiva entre concepto y materialización. Construcción de memoria descriptiva/argumentativa: estructura y componentes, redacción académica y profesional. Presentación y defensa de proyectos. Comunicación profesional del diseño: Prestación de propuestas, tipos y formatos.

2.16.1 - Fotografía

Introducción a la fotografía. Fenómenos de percepción de la luz y formación de imágenes. Tipos de cámaras y sistemas ópticos. Fotografía digital. Principios técnicos: exposición, obturación, diafragma, profundidad de campo, balance de blancos, iluminación y uso del flash. Principios básicos de composición, encuadre y ángulos. Producción fotográfica: etapas de pre, producción y posproducción. Fotografía, géneros y narrativas visuales en contextos comunicativos.

2.17.2 - Proyecto de Moda III

Diseño en contexto sociocultural. Moda y representación contemporánea. Investigación de tendencias y subculturas. Moda como dispositivo de identidad. Diseño con perspectiva de género y diversidad. Moda y diversidad. Aproximación a nuevas etnicidades. Estética expandida y lenguaje híbrido. Experimentación formal y conceptual en colecciones experimentales. Interacción entre prenda, cuerpo y espacio. Presentación performática o escénica de prototipos.

2.18.2 - Representación Digital

Fundamentos del dibujo digital aplicado al diseño de moda. Construcción de figurines digitales y dibujo plano de prendas. Operaciones básicas a tamaño real y escala de patrones. Diagramación de fichas técnicas con medidas, cortes y detalles de confección. Incorporación de color, texturas y estampas digitales. Introducción a herramientas de simulación 3D para visualización de prendas.

2.19.2 - Patronaje y Confección Industrial

Estandarización de talles y gradación de moldes. Digitalización de patrones. Procesos industriales de corte y confección. Optimización de materiales y tiempos. Sistemas de producción en serie y semi-industrial. Layout de talleres y organización de líneas de confección. Maquinaria industrial y de última generación. Control de calidad en producción piloto.

2.20.2 - Identidad y Estrategias de Marca

Principios del branding en moda. Construcción de identidad visual y conceptual de una marca. Arquitectura de marca: colección, línea, cápsula. Estrategias de posicionamiento y diferenciación en el mercado. Narrativa institucional de la marca y comunicación estratégica. Gestión de experiencias de marca en contextos expositivos.

2.21.2 - Moda y Sociedad

La moda como hecho social y medio de comunicación simbólica. Distinción, pertenencia y exclusión en las dinámicas sociales de la moda. Moda y género: identidades, diversidad y debates sobre normatividad corporal. Subculturas, tribus urbanas y escenas juveniles contemporáneas. Moda y medios de comunicación: celebridades, cultura popular e industrias culturales. Moda como dispositivo político y crítico en la sociedad actual. Estudio de casos contemporáneos de moda y sociedad.

3.22.1 - Diseño y Desarrollo de Producto

Diseño centrado en el usuario. Planificación de colecciones y tipologías funcionales. Selección de materiales y acabados. Validación del producto en contexto real. Adaptación a nichos y segmentos específicos.

3.23.1 - Seminario de Actualización I

El Seminario de Actualización I se desarrollará de acuerdo a los lineamientos y mecanismos que establezca la Dirección de la Carrera, considerando que la multiplicidad de propuestas se ajuste a necesidades disciplinares específicas.

3.24.1 - Sostenibilidad en la Moda

Responsabilidad social y ambiental en la moda. Impacto de la industria textil en el ambiente. Normativas ambientales. Materiales sostenibles e innovación. Economía circular aplicada a la moda. Ecodiseño. Análisis del ciclo de vida. Consumo responsable y educación del consumidor.

Accesibilidad e inclusión. Derechos laborales y cadena de valor responsable. Greenwashing vs. sostenibilidad real. Modelos de economía circular aplicados a la moda. Moda como agente de cambio cultural. Marco legal y normativas ambientales. Casos de referencia: marcas y emprendimientos con impacto ambiental y social positivo.

3.25.1 - Gestión de Procesos Textiles

Modelos de producción textil: artesanal, por lotes, industrial. Organización de talleres y plantas: layout, diagramas de flujo, secuencias operativas. Balanceo de línea, cronogramas productivos y herramientas (Gantt, Kanban). Indicadores de eficiencia: OEE, productividad, rendimiento.Mantenimiento preventivo y predictivo. Identificación y reducción de desperdicios.Mejora continua: Kaizen, Six Sigma, Lean. Integración de la cadena de suministro en procesos textiles.

3.26.1 - Estrategias y Práctica Profesional

Modos de inserción laboral. Desarrollo Profesional y Posicionamiento en el Mercado Laboral. El profesional independiente. Estructura y componentes de un Currículum Vitae. Construcción y curaduría de un portafolio profesional. Gestión Estratégica y Administración de un Estudio de Diseño. Metodologías y procesos de gestión de proyectos para clientes. Construcción de marca personal. El profesional y la empleabilidad. Métodos de búsqueda y acceso a oportunidades laborales. Estrategias de posicionamiento en plataformas digitales. Emprendimientos. Modelos de negocio en diseño. Principios de planificación. Ética y legislación profesional.

3.27.2 - 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.

3.28.2 - 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.

3.29.2 - 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.

3.30.2 - Espacio de Libre Configuración

El espacio de libre configuración es un trayecto formativo elegido por cada estudiante, en función de sus intereses, proyección profesional o trayectorias previas. Puede acreditarse mediante asignaturas cursadas en otras carreras de la institución o en otras universidades, prácticas académicas reconocidas, actividades de extensión, investigación o formación complementaria, en acuerdo con el equipo de gestión del Espacio de Diseño.

3.31.2 - 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

4.32.1 - 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.

4.33.1 - Optativa I

Las experiencias formativas optativas constituyen actividades académicas obligatorias.

La elección de las mismas será realizada por cada estudiante, según sus intereses y motivaciones, a partir de un repertorio ofrecido por el Espacio de Diseño. La participación y aprobación de estas asignaturas serán de cumplimiento necesario para obtener el título correspondiente.

4.34.1 - Producción Textil

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.

4.35.1 - Seminario de Actualización II

El Seminario de Actualización II se desarrollará de acuerdo a los lineamientos y mecanismos que establezca la Dirección de la Carrera, considerando que la multiplicidad de propuestas se ajuste a necesidades disciplinares específicas.

4.36.1 - 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.

4.37.2 - 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.

4.38.2 - Metodología de Escenario Futuros

Pensamiento prospectivo y herramientas de anticipación. Análisis de tendencias, megatendencias y señales débiles en la moda. Análisis PESTEL del contexto moda: dimensiones políticas, sociales, tecnológicas. Construcción de escenarios alternativos. Prototipado de conceptos especulativos. Narrativas especulativas y diseño ficción. Exploración de futuros sostenibles y regenerativos. Aplicación a proyectos de colección prospectiva.

4.39.2 - 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.

4.40.2 - Optativa II

Las experiencias formativas optativas constituyen actividades académicas obligatorias. La elección de las mismas será realizada por cada estudiante, según sus intereses y motivaciones, a partir de un repertorio ofrecido por el Espacio de Diseño. La participación y aprobación de estas asignaturas serán de cumplimiento necesario para obtener el título correspondiente

4.41.2 - 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.

17. Cuadro de congruencias

Alcances	Asignaturas (Códigos)
Concebir y desarrollar colecciones de moda: planificar, idear y materializar líneas de producto (prendas y	1.1.1 Fundamentos del Diseño

accesorios) desde el boceto inicial hasta el prototipo final, aplicando metodologías de diseño proyectual y criterios estéticos y funcionales.	1.7.2 Proyecto de Moda I 2.12.1 Proyecto de Moda II 2.17.2 Proyecto de Moda III 3.22.1 Diseño y Desarrollo de Producto
Investigar materiales y procesos: seleccionar, ensayar y documentar fibras, tejidos y acabados, así como procesos de confección y acabados tecnológicos , garantizando calidad, viabilidad productiva y sostenibilidad.	1.11.2 Introducción a la Industria Textil 2.14.1 Materiales y Procesos Textiles 3.25.1 Gestión de Procesos Textiles
Diseñar y digitalizar patrones avanzados: elaborar moldería y fichas técnicas mediante técnicas manuales y herramientas CAD, asegurando un ajuste morfológico óptimo y facilitando la industrialización.	1.2.1 Expresión Gráfica 1.3.1 Introducción al Patronaje y Confección 1.5.1 Laboratorio de Gráfica Vectorial 1.8.2 Representación y Visualización 1.9.2 Patronaje y Confección 2.13.1 Técnicas Avanzadas de Patronaje y Confección 2.18.2 Representación Digital 2.19.2 Patronaje y Confección Industrial
Integrar soluciones tecnológicas e innovadoras: incorporar herramientas de Inteligencia Artificial, textiles inteligentes y biotecnología en el desarrollo de productos para optimizar procesos, personalizar experiencias de usuario y promover la circularidad.	3.24.1 Sostenibilidad en la Moda 3.30.2 Espacio de Libre Configuración 3.23.1 Seminario de Actualización I
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.	2.20.2 Identidad y Estrategias de Marca 3.26.1 Estrategias y Práctica Profesional 4.34.1 Producción Textil 4.35.1 Seminario de Actualización II
Analizar tendencias y comportamientos de consumo: realizar estudios de mercado y análisis cultural para anticipar corrientes estéticas y socioculturales,	1.4.1 Historia de la Cultura y el Diseño 1.6.1 Pensamiento Creativo

traduciendo esa información en propuestas de valor y posicionamiento de marca.	1.10.2 Historia y Cultura de la Moda 2.21.2 Moda y Sociedad 3.28.2 Imagen y Estética Contemporánea 4.33.1 Optativa I 4.38.2 Metodología de Escenarios Futuros
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.	3.27.2 Dirección Creativa 3.29.2 Dirección Tecnoproductiva 3.31.2 Diseño y Marketing digital 4.32.1 Diseño Estratégico
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.	2.15.1 Comunicación en el Diseño 2.16.1 Fotografía 4.36.1 Taller de Escritura Académica 4.41.2 Seminario de Trabajo Final
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.	4.40.2 Optativa II 4.37.2 Dirección y Gestión de la Innovación 4.39.2 Emprendimientos y Ecosistemas de Innovación

18. 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 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.