MODA Y PRODUCTO

Módulo 1: Moda y Producto

Unidad 1: Moda

1.1.1 ¿Qué es la moda?
1.1.2 Reseña histórica
1.1.3 Marcas icónicas
1.1.4 Nombres emblemáticos

Unidad 2: Producto

1.2.1 Pensar en términos de moda
1.2.2 El diseño de producto
1.2.3 Lo comercial en moda
1.2.4 Venta

Módulo 2: El diseñador

Unidad 1: El diseñador como creador

2.1.1 Diseño de autor
2.1.2 Iconos
2.1.3 Transmitir ideas
2.1.4 Diseñadores a lo largo del tiempo

Unidad 2: El diseñador dentro de una marca

2.2.1 Grandes cadenas
2.2.2 Ropa deportiva
2.2.3 Prêt-à-Porter
2.2.4 Alta costura

Módulo 3: Packaging

Unidad 1: Importancia del packaging

3.1.1 El packaging a lo largo de la historia
3.1.2 Packaging y responsabilidad social
3.1.3 Concepto y packaging
3.1.4 Tipologías de packaging

Unidad 2: Identidad de marca en el packagin3.2.1 Disfuncionalidades de los equipos

3.2.1 El packaging y las marcas de moda
3.2.2 Packaging originales
3.2.3 Familia de packaging
3.2.4 Estilos

Módulo 4: Logotipo y tipografía

Unidad 1: Logo

4.1.1 Historia de los logos
4.1.2 Ejemplos en marcas icónicas
4.1.3 Contar la marca a partir del logo
4.1.4 Creación

Unidad 2: Tipografía

4.2.1 Historia de las tipografías
4.2.2 Cómo elegir la tipografía adecuada
4.2.3 Tipografía a medida de la marca
4.2.4 Varias tipografías para contar el producto

BIBLIOGRAFÍA

Costa J. (2004) *La imagen de marca. Barcelona*, España: Editorial Paidós.

Gerval, O. (2008) *Estudio y Productos. Barcelona*, España: Editorial Acanto S.A.

Jaeger, A. (2009) *Creadores de moda. Barcelona,* España: Editorial Océano.

Jenkyn Jones, S. (2005) *Diseño de moda. Barcelona,* España: Editorial Blume.

Sorger, R. y Udale, J. (2006). *Principios básicos del diseño de moda*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili.

Stewart, B. (2008). *Packaging. Manual de diseño y producción*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gil

OBJETIVOS

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general:

- Que el alumno pueda comprender las generalidades relacionadas a la creación de la moda y el producto.

Objetivos específicos:

- Que el alumno pueda reconocer iconos y marcas emblemas.
- Que el alumno pueda reconocer y transmitir ideas.
- Que el alumno comprenda la visión comercial de la moda.

COMPETENCIAS

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

Competencias genéricas

- Trabajo en equipo y colaborativo: capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta performance.
- Capacidad de análisis/reflexión: capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.
- Creatividad/ soluciones innovadoras basadas en el conocimiento: capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

Competencia específica

- Que el alumno desarrolle la capacidad de reconocer e interpretar diseños.