


UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE: Diseño Textil e Indumentaria

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

# DISEÑO DE INDUMENTARIA III

NIVEL

QUINTO

AMBATO - ECUADOR
2026

## I. INFORMACIÓN GENERAL

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la asignatura<br>DISEÑO DE INDUMENTARIA III<br>Carrera<br>Diseño Textil e Indumentaria</td></tr>
<tr><td>Código UTA-FDAA-DTI-MP-UP-05-01</td><td colspan="2">PRERREQUISITOS</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Modalidad<br>PRESENCIAL</td><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>DISEÑO DE INDUMENTARIA II</td><td>UTA-FDAA-DTI-MP-UP-04-01</td></tr>
<tr><td colspan="3">Unidad organizacional curricular<br>PROFESIONAL</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Créditos/Horas<br>3<br>Nivel<br>QUINTO</td><td colspan="2">CORREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>GESTION Y PRODUCCION DE INDUMENTARIA III</td><td>UTA-FDAA-DTI-MP-UP-05-02</td></tr>
<tr><td colspan="3">CARGA HORARIA</td></tr>
<tr><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana<br>3</td><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico<br>48</td><td>Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo<br>96</td></tr>
<tr><td>Horas de tutoría académica semanales<br>1</td><td>Horas de tutoría presenciales por ciclo académico<br>16</td><td>Horas de tutorías virtuales por ciclo académico<br>0</td></tr>
</table>

**TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS**

| | |
|---|---|
| Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal | 3 |
| Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral | 48 |
| Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo | 96 |
| **TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE**<br>(Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.) | 144 |

## III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

**Propósito** La asignatura Diseño de Indumentaria III persigue que el estudiante desarrolle colecciones de indumentaria a partir de la identidad del producto y de su relación con el concepto de marca, para potencializar la comercialización de las prendas en el mercado objetivo. El desarrollo industrial de colecciones se complementa con los momentos metodológicos en el proceso de diseño: 1) Momento de formular la identidad del producto e idea de marca, estableciendo la esencia, los valores y la personalidad; 2) Momento de investigar con herramientas conceptuales y operativas; 3) Momento de diseñar: proyectar a través del patrón, la textura y los detalles; y 4) Momento de desarrollar: fichaje. La asignatura Diseño de Indumentaria III tributa al perfil profesional del diseñador textil y de indumentaria, ya que, a través de la formulación de la identidad del producto, los estudiantes estructuran propuestas de indumentaria con una identidad definida y coherente. Este componente, sumado a la planificación industrial de colecciones, les proporciona herramientas conceptuales y operativas fundamentales para el desarrollo de emprendimientos en el sector de la moda.

**Descripción de la asignatura** La asignatura Diseño de Indumentaria III d esarrolla colecciones partiendo de los conocimientos de identidad del producto y su relación con la marca y oportunidades de comercialización en el mercado . E s una guía para gestionar colecciones de moda a partir de la identidad del producto y estrategias CIM (Comunicaciones integradas de la Moda) para su comercialización, y tiene como objetivo formar a los futuros profesionales en el diseño de colecciones para incorporarlas al proceso de producción industrial tomando el sistema de producción en series cortas. A través de la metodología del Aprendizaje Basado en Proyectos [ABPRO] y la aplicación de las Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento [TAC] con herramientas de la IA el estudiante, al terminar su cursada, será capaz de: Desarrollar colecciones partiendo de los conocimientos de identidad del producto y su relación con la marca, y de las oportunidades de comercialización en el mercado. La asignatura Diseño de Indumentaria III es una guía para gestionar colecciones de moda a partir de la identidad del producto y estrategias CIM para su comercialización. Unidad I.- Representación comunicativa del producto. Bajo esta unidad se analiza la proyección de la industria de la moda desde el sistema insostenible y sostenible. Se percibe a la moda como industria creativa y cultural. Unidad II.- Identidad de producto. Este apartado analiza la identidad del producto y la responsabilidad corporativa implícita en el desarrollo del producto. Se proveen estrategias para identificar al consumidor, y los sistemas vestimentarios. Y se analiza, además, el tejido de punto como una base tradicional y su construcción. Unidad III.- Desarrollo de colecciones. Este acápite plantea los momentos metodológicos en el proceso de diseño: 1) Momento de formular: idea de marca, 2) Momento de investigar: concepto, 3) Momento de diseñar: fase proyectual se proyecta a través del patrón, a través de la textura y a través de los detalles, 4) Momento de desarrollar: fase de fichaje . Unidad IV.- Desarrollo de marca. Finalmente, esta unidad aborda el momento 4) Momento de materializar: producción de la colección acompañado del momento 5) Momento de verificar: prueba. Trata los medios de comunicación de la moda y culmina con auditoría de la marca. La evaluación es sumativa, medida por trabajos evaluados con rúbrica y evaluaciones con reactivos. Al finalizar la asignatura, los estudiantes estarán en capacidad de: Desarrollar colecciones de indumentaria a partir de la identidad del producto y su relación con el concepto de marca para potencializar la comercialización de las prendas de producción de series cortas en el mercado objetivo. Resultado de aprendizaje: Desarrolla colecciones partiendo de los conocimientos de identidad del producto y su relación con la marca, y de las oportunidades de comercialización en el mercado.

**Objetivo general de la asignatura** Desarrollar colecciones partiendo de los conocimientos de identidad del producto y su relación con la marca, y de las oportunidades de comercialización en el mercado.

**Objetivos específicos de la asignatura**

1.-Identificar el concepto de marca dentro del sistema industrializado y el sistema sostenible de la moda para una asertiva representación comunicativa del producto indumentario.

2.-Conceptualizar la identidad del producto y la responsabilidad corporativa implícita en el desarrollo de colecciones que permita la identificación del producto indumentario.

3.-Diseñar colecciones indumentarias a partir de la identidad del producto y su relación con el concepto de marca para potencializar la comercialización de las prendas en el mercado objetivo.

4.-Elaborar la colección de moda a partir de la identidad del producto y su relación con el concepto y desarrollo de marca para potencializar la comercialización de las prendas en el mercado objetivo.

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

## IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

| **U.1** | Identificar el concepto de marca dentro del sistema industrializado y el sistema sostenible de la moda para una asertiva representación comunicativa del producto indumentario. | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Unidades temáticas** | **Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente** | **Componente de aprendizaje práctico experimental.** | **Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad** | **Instrumentos de evaluación** |
| **1.1.-** 1.1 Representación comunicativa del producto en el sistema industrializado y sostenible de la moda. | 3 | 3 | 3 | Trabajos y ejercicios en clases<br>Mapas Conceptuales |
| **1.2.-** 1.2 Elementos y desarrollo de marca. Buyer person, propuesta de valor, lineamientos visuales. | 3 | 3 | 3 | Trabajos o tareas realizadas fuera de clases<br>Trabajos y ejercicios en clases |
| **SUBTOTAL HORAS** | 6 | 6 | 6 | **TOTAL HORAS:** 18 |

| **Resultados de aprendizaje:** Identifica el concepto de marca dentro del sistema industrializado y el sistema sostenible de la moda para una asertiva representación comunicativa del producto indumentario. |
|---|
| **Metodología de enseñanza :** Otros, Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Proyectos: Aplicación de las TAC con herramientas de la IA. |
| **Estrategias educativas :** Otros, Demostraciones: Moodboard, Sketchbook, Lookbooks, Ilustraciones, Jugando con un concepto |
| **Recursos didácticos :** Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Plataforma Moodle, Repositorios digitales, Zoom, Watsapp. |
| **Habilidades Blandas :** Pensamiento crítico, La resolución de conflictos, Responsabilidad |

## IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

| **U.2** | Conceptualizar la identidad del producto y la responsabilidad corporativa implícita en el desarrollo de colecciones que permita la identificación del producto indumentario. | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Unidades temáticas** | **Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente** | **Componente de aprendizaje práctico experimental.** | **Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad** | **Instrumentos de evaluación** |
| **2.1.-** 2.1 Identidad de producto y desarrollo de marca. Gira técnica | 3 | 3 | 3 | Trabajos o tareas realizadas fuera de clases<br>Trabajos y ejercicios en clases<br>Lista de cotejo |
| **2.2.-** 2.2 Círculo dorado de marca y sus territorios | 3 | 3 | 3 | Lista de cotejo |
| **SUBTOTAL HORAS** | 6 | 6 | 6 | **TOTAL HORAS:** 18 |

| **Resultados de aprendizaje:** Conceptualiza la identidad del producto y la responsabilidad corporativa implícita en el desarrollo de colecciones que permita la identificación del producto indumentario. |
|---|
| **Metodología de enseñanza :** Otros, Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Proyectos: Aplicación de las TAC con herramientas de la IA. |
| **Estrategias educativas :** Otros: Moodboard, Sketchbook, Lookbooks, Ilustraciones, Jugando con un concepto |
| **Recursos didácticos :** Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Plataforma Moodle, Repositorios digitales, Zoom, Watsapp. |
| **Habilidades Blandas :** Liderazgo, Comunicación asertiva, Pensamiento crítico, Responsabilidad |

## IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

| **U.3** | Diseñar colecciones indumentarias a partir de la identidad del producto y su relación con el concepto de marca para potencializar la comercialización de las prendas en el mercado objetivo. | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Unidades temáticas** | **Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente** | **Componente de aprendizaje práctico experimental.** | **Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad** | **Instrumentos de evaluación** |
| **3.1.-** 3.1 Desarrollo de colección Momento de formular | 3 | 3 | 3 | Otros: Sketchbook, Moodboard |
| **3.2.-** 3.2 Momento de investigar | 3 | 3 | 3 | Otros: Sketchbook |
| **3.3.-** 3.3 Momento de diseñar, desarrollo de colecciones, visualización previa con IA Google Labs Flow | 3 | 3 | 3 | Otros: Ilustraciones |
| **3.4.-** 3.4 Desarrollo de texturas visuales y táctiles | 3 | 3 | 3 | Otros: Ilustraciones |
| **3.5.-** 3.5 Construir a través de los detalles | 3 | 3 | 3 | Otros: Fichas técnicas |
| **3.6.-** 3.6 Momento de desarrollar | 3 | 3 | 3 | Otros: Fichas técnicas |
| **3.7.-** 3.7 Momento de detallar | 3 | 3 | 3 | Otros: Fichas técnicas |
| **SUBTOTAL HORAS** | 21 | 21 | 21 | **TOTAL HORAS:** 63 |

| |
|---|
| **Resultados de aprendizaje:** Diseña colecciones indumentarias a partir de la identidad del producto y su relación con el concepto de marca para potencializar la comercialización de las prendas en el mercado objetivo. |
| **Metodología de enseñanza :** Otros, Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Proyectos: Aplicación de las TAC con herramientas de la IA. |
| **Estrategias educativas :** Otros: Moodboard, Sketchbook, Lookbooks, Ilustraciones, Jugando con un concepto |
| **Recursos didácticos :** Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Plataforma Moodle, Repositorios digitales, Zoom, Watsapp. |
| **Habilidades Blandas :** Comunicación asertiva, Pensamiento crítico, Responsabilidad |

## IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

| **U.4** | Elaborar la colección de moda a partir de la identidad del producto y su relación con el concepto y desarrollo de marca para potencializar la comercialización de las prendas en el mercado objetivo. | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Unidades temáticas** | **Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente** | **Componente de aprendizaje práctico experimental.** | **Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad** | **Instrumentos de evaluación** |
| **4.1.-** 4.1 Momento de materializar según desarrollo de marca | 3 | 3 | 3 | Otros: Prendas de la colección |
| **4.2.-** 4.2 Medios de comunicación de la moda: Estrategias comunicativas | 3 | 3 | 3 | Otros: Video de prendas elaboradas |
| **4.3.-** 4.3 Storytelling aplicado a la comunicación del producto de indumentaria | 3 | 3 | 3 | Otros: Prueba de vestuario |
| **4.4.-** 4.4 Costos industrializados de producción | 3 | 3 | 3 | Otros: Lookbooks, Ficha técnica de costos |
| **4.5.-** 4.5 Auditoria de marca | 3 | 3 | 3 | Otros: Ficha de auditoría |
| **SUBTOTAL HORAS** | 15 | 15 | 15 | **TOTAL HORAS:** 45 |

| |
|---|
| **Resultados de aprendizaje:** Elabora la colección de moda a partir de la identidad del producto y su relación con el concepto y desarrollo de marca para potencializar la comercialización de las prendas en el mercado objetivo. |
| **Metodología de enseñanza :** Otros, Aprendizaje Basado en Problemas, Aprendizaje Basado en Proyectos: Aplicación de las TAC con herramientas de la IA. |
| **Estrategias educativas :** Otros: Moodboard, Sketchbook, Lookbooks, Ilustraciones, Jugando con un concepto |
| **Recursos didácticos :** Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento: Plataforma Moodle, Repositorios digitales, Zoom, Watsapp. |
| **Habilidades Blandas :** Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, Pensamiento crítico, Responsabilidad |

## V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

En la asignatura se utilizarÃ¡n tres tipos de ambientes de aprendizaje: Ã¡ulico, real (talleres) y virtual. Aula FÃsica : Basado en la interacciÃ³n presencial entre docentes y estudiantes. Favorece el aprendizaje colaborativo, el uso de materiales fÃsicos y la comunicaciÃ³n directa. Permite la retroalimentaciÃ³n inmediata. Aula Virtual (Moodle) : Se desarrolla en un entorno digital con acceso flexible a contenidos y actividades. Facilita la autonomÃa del estudiante, la evaluaciÃ³n automatizada y la interacciÃ³n asincrÃ³nica. Aula Real: Con talleres de confecciÃ³n como espacios prÃ¡cticos donde los estudiantes desarrollan sus competencias. Favorecen el aprendizaje basado en proyectos y el desarrollo de habilidades tÃ©cnicas y la creatividad.

*Aprobado*

**VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN**

| Objetivos específicos | Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos) | Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas ) | Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas) |
|---|---|---|---|
| 1.- Identificar el concepto de marca dentro del sistema industrializado y el sistema sostenible de la moda para una asertiva representación comunicativa del producto indumentario. | Talleres de Razonamiento | RÚBRICA | Trabajos evaluados con rúbrica y Evaluación con reactivos |
| 2.- Conceptualizar la identidad del producto y la responsabilidad corporativa implícita en el desarrollo de colecciones que permita la identificación del producto indumentario. | Talleres de Razonamiento | RÚBRICA | Trabajos evaluados con rúbrica y Evaluación con reactivos |
| 3.- Diseñar colecciones indumentarias a partir de la identidad del producto y su relación con el concepto de marca para potencializar la comercialización de las prendas en el mercado objetivo. | Talleres de Razonamiento | RÚBRICA | Trabajos evaluados con rúbrica y Evaluación con reactivos |
| 4.- Elaborar la colección de moda a partir de la identidad del producto y su relación con el concepto y desarrollo de marca para potencializar la comercialización de las prendas en el mercado objetivo. | Talleres de Razonamiento | RÚBRICA | Trabajos evaluados con rúbrica y Evaluación con reactivos |

## VII BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais o Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Rojas, Carlos | 2014 | Industria de la moda: produccion y materiales | 1 | Ecoe Ediciones | Colombia Bogota | 1 | 250 | Virtual |
| **Código/Ubicación base de datos:** | | | | | | | | |
| **Comentario:** | El libro clásico explica los procesos que se llevan a cabo en la produccion de la moda y los materiales implicitos en la cadena de calor. | | | | | | | |
| **URL:** | https://0x102qc5g-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/70429?prev=fs | | | | | | | |

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais o Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Salcedo, Elena | 2014 | Moda etica para un futuro sostenible | 1 | Gustavo Gilli | Espana Barcelona | 1 | 129 | Virtual |
| **Código/Ubicación base de datos:** | | | | | | | | |
| **Comentario:** | El libro clásico, se fundamenta en el sistema de la moda sostenible, a partir de ella plantea una serie de recursos para creativos y productivos para generar prendas de vestir sostenible. | | | | | | | |
| **URL:** | https://0x102qc5g-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/45510?prev=fs | | | | | | | |

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais o Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Díaz Soloaga, Paloma | 2014 | Comunicación y gestión de marcas de moda | 1a edición | Gustavo Gili | Madrid | 2 | 175 páginas | Físico |
| **Código/Ubicación base de datos:** | BDA00657 | | | | | | | |
| **Comentario:** | Este libro es contemporaneo explica la gestion de marca | | | | | | | |
| **URL:** | | | | | | | | |

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais o Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Veneziani, Marcia Cora | 2020 | Moda Diseño y Comunicación | 1 | Nobuko | Argentina Buenos Aires | 1 | 192 | Virtual |
| **Código/Ubicación base de datos:** | | | | | | | | |
| **Comentario:** | El libro contemporáneo, provee de información concerniente al diseño de modas y comunicación. | | | | | | | |
| **URL:** | https://0x102qc5g-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/218552?prev=fs | | | | | | | |

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais/Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sissons, Juliana | 2013 | Prendas de punto: manuales de diseno de moda | 1 | Gustavo Gili | Espana Barcelona | 1 | 185 | Virtual |
| **Código/Ubicación base de datos:** | | | | | | | | |
| **Comentario:** | El libro es clásico provee una descripcion detallada del diseno y produccion del vestuario en tejido de punto e invita a aplicar diversos recursos creativos. | | | | | | | |
| **URL:** | https://0x102qc5g-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/45488?prev=fs | | | | | | | |

| Autores | Año | Título | Nro Edición | Editorial | Pais/Ciudad | Nro Ejemplares | Nro Páginas | Tipo |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Pilar Cristóbal Antón | 2013 | Escalar el patrón modelo | 1 | Aula Mentor | España | 1 | 151 | Virtual |
| **Código/Ubicación base de datos:** | | | | | | | | |
| **Comentario:** | Libro clásico. BFDAA ONLINE Este ejemplar constituye la gramática para el escalado de patrones para poder aplicar este fundamento técnico en digital. págs. 32 - 82. | | | | | | | |
| **URL:** | https://0x102qc5g-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/49353?prev=fs | | | | | | | |