UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE: Diseño Textil e Indumentaria

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

DISEÑO DE INDUMENTARIA IV

NIVEL

SEXTO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la asignatura
DISEÑO DE INDUMENTARIA IV
Carrera
Diseño Textil e Indumentaria</td></tr>
<tr><td>Código UTA-FDAA-DTI-MP-UP-06-02</td><td colspan="2">PRERREQUISITOS</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Modalidad
PRESENCIAL</td><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>DISEÑO DE INDUMENTARIA III</td><td>UTA-FDAA-DTI-MP-UP-05-01</td></tr>
<tr><td colspan="3">Unidad organizacional curricular
PROFESIONAL</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Créditos/Horas
3
Nivel
SEXTO</td><td colspan="2">CORREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>GESTION DE LA PRODUCCION DE INDUMENTARIA IV</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="3">CARGA HORARIA</td></tr>
<tr><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana
3</td><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico
48</td><td>Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo
96</td></tr>
<tr><td>Horas de tutoría académica semanales
1</td><td>Horas de tutoría presenciales por ciclo académico
16</td><td>Horas de tutorías virtuales por ciclo académico
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 (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 Con la asignatura Diseño de indumentaria IV se pretende ofrecer las herramientas para que el estudiante proponga un plan de negocios, con la finalid de generar un emprendimiento en el ámbito de la indumentaria o moda, mediante principios del Marketing, con un enfoque hacia la comercialización de productos en el mercado y para la gestión de la producción industrial y/o independiente. La asignatura tributa al perfil profesional porque permite al estudiante desarrollar propuestas para la exhibición de un producto, marca y otros materiales en el espacio comercial de una tienda creando una identidad entre el producto y la marca.

Descripción de la asignatura La asignatura permitirá al estudiante de la Carrera de Diseño Textil e Indumentaria en el sexto semestre de la Facultad de Diseño y Arquitectura implicarse en el proceso de Marketing y Comercialización de colecciones en el universo de vestuario jeanswear. A través de la metodología del Aprendizaje Basado en Proyectos [ABP] 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 dar respuesta a problemas reales del contexto industral en el sector del denim. Unidad 1: Comercialización de las colecciones Unidad 2: Principios básicos del Marketing (estrategias) Unidad 3: Diseño de escaparates Unidad 4: Visual merchandising Resultado de Aprendizaje: Diseña estrategias para la comercialización de colecciones a partir de los conocimientos del marketing, sistemas de distribución y organización interna de una tienda y del diseño de escaparates

Objetivo general de la asignatura Diseñar estrategias para la comercialización de colecciones a partir de los conocimientos del marketing, sistemas de distribución y organización interna de una tienda y del diseño de escaparates.

Objetivos específicos de la asignatura

1.-Investigar la metodología Design Thinking en el desarrollo de colecciones en denim wear, para garantizar su viabilidad y proyección dentro de la comercialización de colecciones en el sector de la moda

2.-Definir los principios básicos y estrategias del marketing para diseñar un plan inicial orientado a una colección denim wear, sustentando la propuesta mediante un pitch de ventas que integre innovación y benchmarking.

3.-Diseñar proyectos de escaparates aplicando principios de composición visual, narrativa temática y distribución espacial, integrando recursos creativos y digitales para comunicar la identidad de una colección de moda.

4.-Ejecutar estrategias de Visual Merchandising orientadas a la rentabilidad del negocio de moda, mediante el análisis de datos de ventas, la identificación de productos estratégicos y el montaje de propuestas visuales medibles, fundamentadas en casos reales e internacionales.

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	Investigar la metodología Design Thinking en el desarrollo de colecciones en denim wear, para garantizar su viabilidad y proyección dentro de la comercialización de colecciones en el sector de la moda			
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 Comercializar las colecciones aplicando una Metodología del Desing Thinking Fase 1: Empatizar (IA - Gemini y Openart)	3	3	3	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
1.2.- 1.2 Comercializar las colecciones. Análisis y conceptualización de la colección. Fase 2: Definir	3	3	3	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones escritas u orales en actividades practicas Trabajos
1.3.- 1.3 Comercializar las colecciones. Generación de soluciones creativas y diseño. Fase 3: Idear	3	3	3	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
1.4.- 1.4 Gestionar, validar y preparar la colección con herramientas de negocio y comercializaciónFase 4: Prototipar / ValidarFase 5: Comercialización y Testeo	3	3	3	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases
SUBTOTAL HORAS	12	12	12	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Investiga la metodología Design Thinking en el desarrollo de colecciones en denim wear, para garantizar su viabilidad y proyección dentro de la comercialización de colecciones en el sector de la moda.
Metodología de enseñanza : Otros, Aprendizaje Basado en Proyectos: Metodología del ABP y la aplicación de las TAC con herramientas de la IA.
Estrategias educativas : Conferencias , Prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, Pensamiento crítico, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Definir los principios básicos y estrategias del marketing para diseñar un plan inicial orientado a una colección denim wear, sustentando la propuesta mediante un pitch de ventas que integre innovación y benchmarking.			
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 Introducción sobre los principios básicos y las estrategias del marketing. Estrategia 1: Diferenciación y posicionamiento inicial de marca. (IA - Chatgpt y Miro)	3	3	3	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
2.2.- 2.2 Identificar los Principios básicos del Marketing: Estrategia 2: Marketing mix y sensorial	3	3	3	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Evaluaciones Parciales Trabajos
2.3.- 2.3 Definir los Principios básicos del marketing. Estrategia 3: Marketing digital y comunicación aplicado a una colección denimwear	3	3	3	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
2.4.- 2.4 Aplicar los Principios básicos del marketing. Estrategia 4: Benchmarking e innovación, sustentando un pitch de ventas.	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
SUBTOTAL HORAS	12	12	12	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Define los principios básicos y estrategias del marketing para diseñar un plan inicial orientado a una colección denim wear, sustentando la propuesta mediante un pitch de ventas que integre innovación y benchmarking.
Metodología de enseñanza : Otros, Aprendizaje Basado en Proyectos: Metodología del ABP y la aplicación de las TAC con herramientas de la IA.
Estrategias educativas : Actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales o en laboratorios, Talleres, La elaboración individual de ensayos, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Flexibilidad, Adaptabilidad, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Diseñar proyectos de escaparates aplicando principios de composición visual, narrativa temática y distribución espacial, integrando recursos creativos y digitales para comunicar la identidad de una colección de moda.			
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 Fundamentos y función del escaparate (IA - Chatgpt y Openart)	3	3	3	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
3.2.- 3.2 Creatividad y recursos para escaparates	3	3	3	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
3.3.- 3.3 Técnicas de diseño y representación del escaparate	3	3	3	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
3.4.- 3.4 Diseño del Escaparate, para comunicar y comercializar la colección denimwear	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
SUBTOTAL HORAS	12	12	12	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Diseña proyectos de escaparates aplicando principios de composición visual, narrativa temática y distribución espacial, integrando recursos creativos y digitales para comunicar la identidad de una colección de moda.
Metodología de enseñanza : Otros, Aprendizaje Basado en Proyectos: Metodología del ABP y la aplicación de las TAC con herramientas de la IA.
Estrategias educativas : Talleres, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, Pensamiento crítico, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Ejecutar estrategias de Visual Merchandising orientadas a la rentabilidad del negocio de moda, mediante el análisis de datos de ventas, la identificación de productos estratégicos y el montaje de propuestas visuales medibles, fundamentadas en casos reales e internacionales.			
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 Fundamentos estratégicos del Visual Merchandising (VM) (IA - Chatgpt y Gemini)	3	3	3	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
4.2.- 4.2 Estrategias del Visual Merchandising sobre distribución y producto rentable	3	3	3	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
4.3.- 4.3 Propuesta de Visual merchandising para comercializar una colección denimwear	3	3	3	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
4.4.- 4.4 Diseño del Visual merchandising para comercializar una colección denimwear	3	3	3	Inteligencia Artificial Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos
SUBTOTAL HORAS	12	12	12	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Ejecuta estrategias de Visual Merchandising orientadas a la rentabilidad del negocio de moda, mediante el análisis de datos de ventas, la identificación de productos estratégicos y el montaje de propuestas visuales medibles, fundamentadas en casos reales e internacionales.

Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos

Estrategias educativas : Prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, Talleres, Trabajos y exposiciones

Recursos didácticos : Proyector, Internet, Inteligencia Artificial, Tecnología del Aprendizaje y el Conocimiento

Habilidades Blandas : Liderazgo, Trabajo en equipo, Pensamiento crítico, Responsabilidad

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

El aprendizaje en el aula sincrÃ³nica y asincrÃ³nica de trabajo colaborativos acompaÃ±adas del trabajo autÃ³nomo del estudiante donde des arrollaran ejercicios teÃ³ricos y prÃ¡cticos, de gestiÃ³n en el transcurso del proceso en la gestiÃ³n para la comercializacion del producto de las colecciones en denimwear, con la finalidad de proporcionar a los estudiantes recursos que faciliten su proceso de aprendizaje.

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.- Investigar la metodología Design Thinking en el desarrollo de colecciones en denim wear, para garantizar su viabilidad y proyección dentro de la comercialización de colecciones en el sector de la moda	Talleres de Razonamiento	RÚBRICA	Examen con reactivos y/o trabajos evaluados con rúbrica
2.- Definir los principios básicos y estrategias del marketing para diseñar un plan inicial orientado a una colección denim wear, sustentando la propuesta mediante un pitch de ventas que integre innovación y benchmarking.	Talleres de Razonamiento	RÚBRICA	Examen con reactivos y/o trabajos evaluados con rúbrica
3.- Diseñar proyectos de escaparates aplicando principios de composición visual, narrativa temática y distribución espacial, integrando recursos creativos y digitales para comunicar la identidad de una colección de moda.	Talleres de Razonamiento	RÚBRICA	Examen con reactivos y/o trabajos evaluados con rúbrica
4.- Ejecutar estrategias de Visual Merchandising orientadas a la rentabilidad del negocio de moda, mediante el análisis de datos de ventas, la identificación de productos estratégicos y el montaje de propuestas visuales medibles, fundamentadas en casos reales e internacionales.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Examen con reactivos y/o trabajos evaluados con rúbrica

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Bailey, Sarah - Jonathan Baker	2016	Moda y visual merchandising	1	Editorial Gustavo Gili S.L	España Barcelona	1	193	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	LIBRO CONTEMPORANEO: Explora cómo se diseñan y organizan espacios, productos y experiencias en puntos de venta para comunicar identidades de moda, influir en el comportamiento del consumidor y potenciar la percepción de marca.							
URL:	https://0x102q9j4-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/45597							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Sainz de Vicuña Ancín, José María	2018	El plan de marketing digital en la práctica	3a edición	ESIC	Madrid	1	276 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BCAA06883							
Comentario:	Este libro contemporáneo es un manual que introduce al estudiante en el mundo del marketing digital gradualmente. Es una guía que ordena todos los aspectos de esta disciplina de una forma lógica, permitiendo que el estudiante vea claramente la relación qu							
URL:								

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Arenal Laza, Carmen	2024	Escaparatismo comercial	1	Tutor Formación	España La Rioja	1	171	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	LIBRO CONTEMPORANEO: Aborda las técnicas y estrategias para diseñar y organizar vitrinas y espacios expositivos, con el fin de comunicar visualmente conceptos de producto y atraer la atención del consumidor en contextos de comercio y moda.							
URL:	https://0x102q9j4-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/268415							

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Saulquin, Susana	2017	Jeans: la vigencia de un mito	2	Editorial Nobuko	Argentina Buenos Aires	1	141	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	LIBRO CONTEMPORANEO: contiene temas sobre indumentaria, Historia , Pantalones vaqueros , Jeans (Clothing), History donde se puede evidenciar una amplia visión histórica y los procesos de la industria en Jeans.							
URL:	https://0x102q9j4-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/77875							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Posner, Harriet	2016	Marketing de moda	2	Editorial Gustavo Gili S.L	España Barcelona	1	240	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Libro contemporáneo abarca temas como Marketing, Mercadotecnia, Fashion merchandising, Moda, Comercialización, Fashion, Moda; los mismos que todo estudiante de diseño debe dominar.							
URL:	https://0x102q9j4-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/45600							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Serrano Ortega, Manuel	2016	Design thinking:	2a edición	ESIC	Madrid	1	157 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	BDA01042							
Comentario:	Libro para aplicar en el aprendizaje del pensamiento de diseño hacia el desarrollo de colecciones, en todas las etapas desde la investigación del usuario hasta la comercialización.							
URL:								