UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: DISEÑO Y ARQUITECTURA

CARRERA DE: Diseño Textil e Indumentaria

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

DISEÑO DE INDUMENTARIA V

NIVEL

SÉPTIMO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la asignatura
DISEÑO DE INDUMENTARIA V
Carrera
Diseño Textil e Indumentaria</td></tr>
<tr><td>Código UTA-FDAA-DTI-MP-UP-07-02</td><td colspan="2">PRERREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Modalidad
PRESENCIAL</td><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td colspan="3">Unidad organizacional curricular
PROFESIONAL</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Créditos/Horas
3
Nivel
SÉPTIMO</td><td colspan="2">CORREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td>GESTION DE LA PRODUCCION DE INDUMENTARIA V</td><td>UTA-FDAA-DTI-MP-UP-07-03</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 de Diseño de Indumentaria V se pretende ofrecer las herramientas necesarias para que el estudiante proponga indumentaria bajo los fundamentos de la sastreria mediante la aplicación de la investigación enfocada a la semiótica del indumento para la gestión de la producción industrial y/o independiente, con el fin de comercializar prendas que cumplan parámetros técnicos, funcionales y estéticos que satisfagan las necesidades del cliente. Diseño de Indumentaria V tributa al perfil profesional del estudiante de diseño textil e indumentaria porque su enfoque en la logística de distribución va dirigido a que el diseñador determine el mejor sistema para colocar su producto en el mercado.

Descripción de la asignatura La asignatura de Diseño de Indumentaria V se estructura en 4 unidades curriculares relacionadas con la logística de distribución de un producto de moda, analizando modelos de negocios, estrategias y canales de distibución encargados de que el producto llegue a tiempo y satisfaga las necesidades del cliente. Los temas se desarrollarán a través de charlas integradoras, actividades prácticas y trabajos colaborativos acompañados del trabajo autónomo del estudiante donde resolverán problematicas de diseño de distribución de los productos. UNIDAD I: Identificar los modelos de negocio en la industria de la moda para desarrollar propuestas de colecciones UNIDAD II: Diseñar colecciones de indumentaria basadas en el negocio de las PYMES UNIDAD III: Establecer una logística de distribución basado en el modelo de negocio de las PYMES para la comercialización de productos y accesorios indumentarios UNIDAD IV: Proponer un plan de comercialización empleando técnicas y canales de distribución aplicables a productos y accesorios indumentarios La metodología de enseñanza con aprendizaje basado en proyectos, además se incorporar el trabajo colaborativo. El resultado de aprendisaje planifica y gestiona una colección a partir del análisis del concepto de cadena de valor y su lógica, la relación entre la identidad y desarrollo estrategia de marca para aplica las estrategias de comercialización y la logica de distribución, para ello ejecutará plan de compras, armado industrial y gestión

Objetivo general de la asignatura Planificar y gestionar una colección a partir del análisis del concepto de cadena de valor y su lógica, la relación entre la identidad y desarrollo estrategia de marca para aplica las estrategias de comercialización y la logica de distribución, para ello ejecutará plan de compras, armado industrial y gestión.

Objetivos específicos de la asignatura

1.-Identificar los modelos de negocio en la industria de la moda para desarrollar propuestas de colecciones en sastrería y alta gala

2.-Diseñar colecciones de indumentaria basadas en el negocio de las PYMES

3.-Establecer una logística de distribución basado en el modelo de negocio de las PYMES para la comercialización de productos y accesorios indumentarios

4.-Proponer un plan de comercialización empleando técnicas y canales de distribución aplicables a productos y accesorios indumentarios

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 los modelos de negocio en la industria de la moda para desarrollar propuestas de colecciones en sastrería y alta gala			
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.- Modelo de negocios en la industria de la moda	3	3	3	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Cuestionarios Trabajos
1.2.- 1.2.-Empresas que manejan logística de distribución: Modelos de negocio: fast fashion, slow fashion, lujo, PYMES, D2C	3	3	3	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Cuestionarios Trabajos
1.3.- 1.3.-Propuesta de valor y segmentación de mercado	3	3	3	Inteligencia Artificial Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos
1.4.- 1.4.-Identidad de marca y posicionamiento estratégico	3	3	3	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos escritos Trabajos
SUBTOTAL HORAS	12	12	12	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Identifica los modelos de negocio en la industria de la moda para desarrollar propuestas de colecciones en sastrería y alta gala
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos
Estrategias educativas : Otros, Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Trabajos y exposiciones: Examen con reactivos, Trabajos evaluados con rúbrica.
Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial: Dispositivos electrónicos IA, libros digitales
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Diseñar colecciones de indumentaria basadas en el negocio de las PYMES			
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.- Metodología del diseño aplicadas a PYMES	3	3	3	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Cuestionarios Trabajos
2.2.- 2.2.-Proceso creativo de diseño con IA (gira técnica) tendencias, moodboard, prompts	3	3	3	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Cuestionarios Trabajos
2.3.- 2.3.-Desarrollo técnico del nuevo modelo de negocio	3	3	3	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos
2.4.- 2.4.-Planificación de producción y costos preliminares	3	3	3	EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos
SUBTOTAL HORAS	12	12	12	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Diseña colecciones de indumentaria basadas en el negocio de las PYMES
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos
Estrategias educativas : Otros, Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Trabajos y exposiciones: Examen con reactivos, Trabajos evaluados con rúbrica.
Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial: Dispositivos electrónicos IA, libros digitales
Habilidades Blandas : La resolución de conflictos

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Establecer una logística de distribución basado en el modelo de negocio de las PYMES para la comercialización de productos y accesorios indumentarios			
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.-Cadena de suministro, Cadena de valor en moda (proveedores?producción?cliente)	2	2	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Cuestionarios Trabajos
3.2.- 3.2.-Logística de distribución, Sistemas de distribución: intensiva, selectiva y exclusiva	2	2	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Cuestionarios Trabajos
3.3.- 3.3.-Canales físicos y digitales (retail, showroom, e-commerce, marketplace)	2	2	2	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Cuestionarios Trabajos
3.4.- 3.4.-Logística inversa y sostenibilidad en distribución	3	3	3	EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos
SUBTOTAL HORAS	9	9	9	**TOTAL HORAS:** 27

Resultados de aprendizaje: Establece una logística de distribución basado en el modelo de negocio de las PYMES para la comercialización de productos y accesorios indumentarios
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos
Estrategias educativas : Otros, Clases en línea en tiempo sincrónico, Talleres, Trabajos y exposiciones: Examen con reactivos, Trabajos evaluados con rúbrica.
Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial: Dispositivos electrónicos IA, libros digitales
Habilidades Blandas : La resolución de conflictos

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Proponer un plan de comercialización empleando técnicas y canales de distribución aplicables a productos y accesorios indumentarios			
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.-Plan de comercialización (4P adaptadas a moda)	4	4	4	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Lista de cotejo Evaluaciones Parciales Cuestionarios Otros: Ilustraciones Digitales
4.2.- 4.2.-Proceso técnico y constructivo del diseño Estrategia digital: redes sociales, branding y storytelling	4	4	4	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Trabajos Otros: Trabajos enviados a la plataforma
4.3.- 4.3.-Estrategias de pricing y margen de rentabilidad	4	4	4	EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos
4.4.- 4.4.-Presentación final de colección (lanzamiento y pitch profesional)	3	3	3	Inteligencia Artificial EvaluaciÃ³n del desempeÃ±o en escenarios reales o simulados Trabajos
SUBTOTAL HORAS	15	15	15	**TOTAL HORAS:** 45

Resultados de aprendizaje: Propone un plan de comercialización empleando técnicas y canales de distribución aplicables a productos y accesorios indumentarios
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Proyectos
Estrategias educativas : Otros, Clases en línea en tiempo sincrónico, Resolución de problemas, Talleres, Trabajos y exposiciones: Asesoría para la solución de problemas
Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial: Dispositivos electrónicos IA, libros digitales,
Habilidades Blandas : La resolución de conflictos

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

En la asignatura se utilizarÃ¡n tres tipos de ambientes de aprendizaje: Ã¡ulico, real y virtual. Ã¡ulico ya que las actividades del proceso de enseÃ±anza-aprendizaje (conferencias) se realizarÃ¡n en el aula; Real a travÃ©s del desarrollo de clases prÃ¡cticas tanto presenciales como virtuales y seminarios en un ambiente mÃ¡s prÃ¡ctico donde se puede constatar la aplicaciÃ³n de los conocimientos adquiridos, a travÃ©s de la prÃ¡ctica con los talleres y laboratorios de Patronaje y ConfecciÃ³n; y Virtual, mediante el uso de las TecnologÃas de la InformaciÃ³n y la ComunicaciÃ³n (Teams, Zoom, Aulas virtuales, Knovio, Powtoom, Plataforma virtual de la UTA) concretados en la ejecuciÃ³n y funcionamiento del aula virtual de la asignatura de DiseÃ±o de Indumentaria V 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.- Identificar los modelos de negocio en la industria de la moda para desarrollar propuestas de colecciones en sastrería y alta gala	Preguntas de sondeo sobre la Unidad Otros Relato de experiencias	RÚBRICA	Solicitud de productos: Portafolio Técnico: prendas sastre y sus variantes
2.- Diseñar colecciones de indumentaria basadas en el negocio de las PYMES	Preguntas de sondeo sobre la Unidad Otros Relato de experiencias	RÚBRICA	Solicitud de productos: Portafolio creativo y evaluaciones en la plataforma
3.- Establecer una logística de distribución basado en el modelo de negocio de las PYMES para la comercialización de productos y accesorios indumentarios	Preguntas de sondeo sobre la Unidad Otros Relato de experiencias	RÚBRICA	Solicitud de productos: Diseño de la cadena de suministro
4.- Proponer un plan de comercialización empleando técnicas y canales de distribución aplicables a productos y accesorios indumentarios	Preguntas de sondeo sobre la Unidad Otros Relato de experiencias	RÚBRICA	Solicitud de productos: Portafolio de Diseño y evaluaciones en la plataforma

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Collado,Noemi	2016	Cristóbal Balenciaga. 1914-1968: la excelencia en la alta costura	1	Dykinson	España Madrid	1	195	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Este libro es contemporáneo, describe la alta costura y sastrería							
URL:	https://0x102pyie-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/58174?as_all=Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Eslava, Luis	2017	Canales de distribución logístico - Comerciales	1	Ediciones de la U	Colombia Bogoté	1	440	Digital
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Este libro contemporaneo es una muy buena fuente de información en cuanto a canales de distribución.							
URL:	https://0x102pyie-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/70308?as_all=Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Seivewright, Simon	2012	Diseño e Investigación	2	Editorial GG	España Barcelona	1	185	Digital
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Libro esencial y clásico para el diseñador de moda, pues ofrece las bases para construir y desarrollar proyectos de diseño.							
URL:	https://0x102pyie-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/45505?as_all=Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Viteri, Lozano, Alexis	2024	Guía del docente: canales de distribución y trademarketing	1	Tecnológico Universitario Espíritu Santo - TES	Ecuador Guayaquil	1	46	Digital

Código/Ubicación base de datos:	
Comentario:	Este libro en contemporáneo, La guía docente es un sustento para apoyarse en el estudio de la materia Canales De Distribución y Trademarketing
URL:	https://0x102pyie-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/284797?as_all=Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Paz, Hugo Rodolfo	2008	Canales de distribución: Gestión comercial y logística	3	Lectorum Ugerman	Argentina Buenos Aires	1	291	Digital
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Este libro clásico posee información y diversas estrategias sobre canales de distribución.							
URL:	https://0x102pyie-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/76765?as_all=Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Moore, Gwyneth	2013	Promoción de Moda	1	Gustavo Gili	España Barcelona	2	186	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	El contenido del presente libro clásico, aporta de manera eficiente al diseñador en cuanto a conocimiento de cómo las marcas de moda se comunican con los consumidores y hacen que sus productos y servicios estén a su disposición todo el tiempo.							
URL:	https://0x102pyie-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/ereader/uta/45517?as_all=Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as							