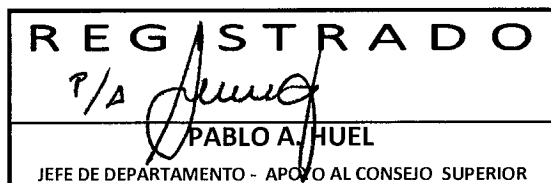




Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



CREACIÓN DE LA CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN EMPRESAS TEXTILES Y DE LA MODA

Buenos Aires, 30 de agosto de 2018

VISTO la Resolución N° 1785/18 del Consejo Directivo de la Facultad Regional Buenos Aires para crear y aprobar la carrera de Especialización en Gestión de la Innovación en Empresas Textiles y de la Moda,

CONSIDERANDO

Que es decisión del Consejo Superior jerarquizar y consolidar la educación de posgrado en la Universidad Tecnológica Nacional abarcando los diferentes niveles de formación académica y muy especialmente áreas de vacancia.

Que la Especialización en Gestión de la Innovación en Empresas Textiles y de la Moda ofrece una propuesta formativa que aborda las necesidades actuales del ámbito académico y profesional, y su abordaje implica una fuerte relación y compromiso entre el campo disciplinar de la Ingeniería y el sector Textil, en relación a la producción, crecimiento y desarrollo sostenible en el tiempo.

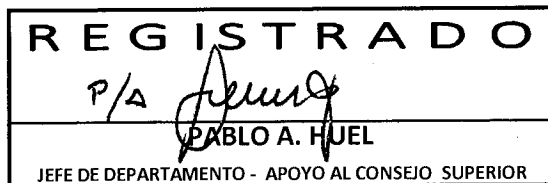
Que la Especialización contribuye a enriquecer la formación académica de grado, única en el país, en tanto área de vacancia en el campo de la ingeniería textil; conjugando la innovación sectorial desde el producto, la moda, la producción, la comercialización y la comunicación para gestionar empresas y/o emprendimientos.

Que la Comisión de Posgrado de la Universidad avaló el diseño curricular de la Especialización en Gestión de la Innovación en Empresas Textiles y de la Moda y la Comisión de Ciencia, Tecnología y Posgrado recomienda su aprobación.

Que el dictado de la medida se efectúa en uso de las atribuciones otorgadas por el



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



Estatuto Universitario.

Por ello,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL

ORDENA:

ARTICULO 1º.- Aprobar la carrera de Especialización en Gestión de la Innovación en Empresas Textiles y de la Moda como carrera de posgrado de la Universidad Tecnológica Nacional.

ARTICULO 2º.- Aprobar el diseño curricular de la Especialización en Gestión de la Innovación en Empresas Textiles y de la Moda en un todo de acuerdo a la Ordenanza N° 1313, Reglamento de la Educación de Posgrado, y que se agrega en Anexo I de la presente Ordenanza.

ARTICULO 3º.- Dejar establecido que su implementación en la Universidad, a través de sus Facultades Regionales, debe ser expresamente autorizada por el Consejo Superior Universitario cuando se cumplan las condiciones y los requisitos estipulados en las normativas que rigen la educación de posgrado de la Universidad Tecnológica Nacional.

ARTÍCULO 4º.- Regístrese, comuníquese y archívese.

ORDENANZA N° 1654

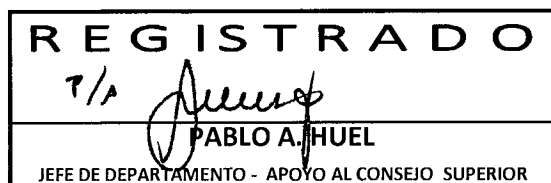
UTN
SCTYP
f.c.r.
I.p.

ING. HÉCTOR EDUARDO AIASSA
RECTOR

ING. PABLO ANDRÉS ROSSO
Secretario del Consejo Superior



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



ORDENANZA N° 1654

ANEXO I

ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN EMPRESAS TEXTILES Y DE LA MODA

1. MARCO INSTITUCIONAL

1.1 Fundamentación

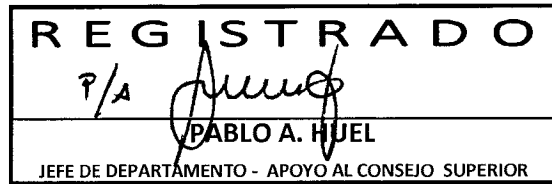
La cadena de transformación textil es muy amplia, y comienza desde la producción de fibras tanto naturales como sintéticas hasta su transformación en prendas de vestir en la industria de la moda, la cual moviliza negocios globales de gran escala. En cada una de las etapas de la cadena textil se presenta una gran oportunidad para innovar en diferentes aspectos: materiales, maquinarias, modelos de gestión, en el diseño y/o en la marca.

Si nos remitimos a las innovaciones y cambios ocurridos a lo largo de la historia en el ámbito textil, se puede afirmar que la investigación y desarrollo es uno de los diferenciadores que posibilitan darles un valor agregado a los productos. En este sentido, se observa que, en la primera mitad del siglo XIX, las innovaciones se dieron desde el campo de la química - nuevas fibras, nuevas tinturas con colorantes sintéticos, nuevas prestaciones y terminaciones en tejidos-. En la segunda mitad del siglo XX, la innovación estuvo vinculada a la electrónica y mecánica aplicadas al desarrollo de la maquinaria.

En los comienzos del siglo XXI, el potencial es el desarrollo de textiles innovadores basados en la ciencia de los materiales: nanotecnología, ciencias de la información y biología molecular. En este contexto surge una especial valorización por parte del consumidor de los materiales textiles innovadores, del diseño de los productos y la producción sustentable, así como aspectos éticos en las etapas de fabricación.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



Por otra parte, las tecnologías disruptivas tales como la fabricación 3D y la creciente robotización de la producción e internet, con la inmensa capacidad de almacenaje de datos en la nube, han promovido una nueva forma de organizar las empresas y los negocios en lo que se denomina la revolución 4.0. En tal sentido, el sector textil y de la moda está en el centro de la escena por su impacto en la producción mundial, como así también por la mano de obra que ocupa.

A nivel internacional, podemos observar un creciente interés por parte del consumidor por adquirir productos de los cuales tenga conocimiento sobre las materias primas utilizadas para su producción y la forma en que fueron producidos para garantizar que no dañarán su salud y que no contaminarán el planeta, los que podríamos encuadrar en la categoría denominada productos "sustentables", para lo cual la comunicación de las formas de producción de los mismos juega un rol clave.

Asimismo, todos los esfuerzos se orientan a diseñar productos con eficiencia energética, y que, por lo tanto, no contribuyan al calentamiento global, en pos de la preservación de la maravillosa diversidad de especies que presenta nuestro planeta.

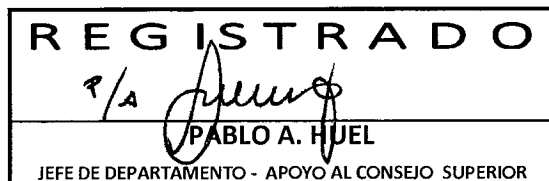
En este contexto nacional e internacional, se considera necesario crear una oferta de posgrado que permita cubrir las demandas de formación profesional y académica a nivel nacional, ya que es un área de vacancia en este nivel de educación. El sector textil y de la moda la competitividad une las nuevas tecnologías, la moda, el diseño, la ingeniería y la capacidad de gestión de estos factores en un entorno nacional e internacional en permanente cambio.

1.2 Justificación

La carrera de "Especialización en Gestión de la Innovación de Empresas Textiles y de la Moda" ofrece una propuesta formativa que aborda las necesidades actuales del ámbito académico y profesional. El abordaje de esta Especialización desde la Universidad



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



Tecnológica Nacional implica una fuerte relación y compromiso entre el campo disciplinar de la Ingeniería y el sector textil, en relación a la producción, crecimiento y desarrollo sostenible en el tiempo.

En la actualidad la competitividad sectorial se basa en permanentes cambios que incluyen:

- a) la forma de abordar el mercado - fast fashion, ultra fast fashion, mercados de cercanía;
- b) la inclusión de nuevos jugadores en la comercialización - empresas de otros rubros incursionan en el mercado de la moda tal como Amazon, entre otros;
- c) la aparición de nuevos productos - el internet de las cosas, wereables, basados en el ADN, biopolímeros y;
- d) la utilización de la logística con sistemas de almacenaje en la nube y trazabilidad RFID (Radio Frequency Identification) y sistemas productivos que acortan los ciclos productivos - impresión 3D, lavados con ozono, tratamiento plasma.

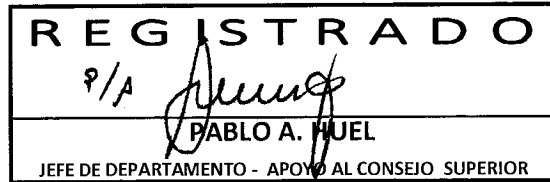
Abordar estos temas desde una carrera de posgrado permitirá una actualización y flexibilidad constante en el conocimiento que profundice la enseñanza de grado, ya que el sector textil y el de la moda son los más dinámicos a nivel global.

La formación de profesionales especializados en Gestión de la Innovación de Empresas Textiles y de la Moda exige el dominio de campos del conocimiento en Innovación, Gestión y Sustentabilidad que aporten desde una perspectiva integral saberes que favorezcan la comprensión de todas las dimensiones involucradas.

Esta Especialización contribuirá a enriquecer la formación académica de grado, única en el país, en tanto área de vacancia en el campo de la ingeniería textil. Si analizamos la oferta de carreras universitarias de posgrado, se observa que en los últimos 20 años han crecido de manera exponencial las carreras universitarias orientadas al diseño -textil y de indumentaria- y a la comercialización. Pero no se visualizan ofertas de carreras en el campo de la ingeniería textil que conjuguen la innovación sectorial desde el producto, la moda, la producción, la



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



comercialización y la comunicación para gestionar empresas y/o emprendimientos.

Esta será la primera carrera de posgrado que aborde la problemática sectorial de manera integral.

Además, contribuirá a nuevas áreas de desarrollo e investigación tales como aquellas vinculadas a la revolución 4.0 (inteligencia artificial, sistemas de trazabilidad de producto, microelectrónica aplicada a textiles, etc.) como aquellos vinculados a fibras con biopolímeros tales como fibras de soja, materiales biomiméticos, etc. Por otra parte, a través de la vinculación con empresas del sector se podrán plasmar en productos concretos.

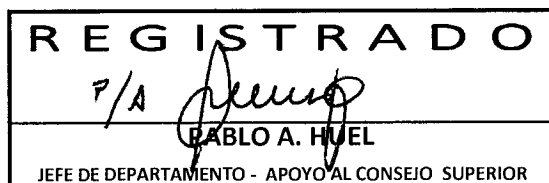
En síntesis, la "Especialización en Gestión de la Innovación en Empresas Textiles y de la Moda" en el ámbito de la Universidad Tecnológica Nacional, tiene como propósito focalizar y profundizar los conocimientos y tecnologías referidos a la innovación en desarrollo de productos y la gestión de empresas/emprendimientos en el sector textil y de la moda.

2. OBJETIVOS

- Ofrecer las herramientas necesarias para gestionar la innovación de empresas del sector textil, indumentaria y de la moda.
- Formar profesionales capaces de analizar las empresas textiles, de indumentaria y de la moda para adaptarlas a las necesidades actuales.
- Desarrollar capacidades para analizar el marco global, legal, económico, tecnológico y organizativo que impactan en el sector textil, de indumentaria y de la moda para que las empresas de nuestro país puedan competir en mercados internacionales con productos diferenciados e innovadores.
- Formar profesionales en competencias para desarrollar estrategias de gestión y potenciar los recursos disponibles, desde una perspectiva creativa, sustentable, ética y de liderazgo.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



3. PERFIL DEL EGRESADO

El graduado de esta especialización estará en condiciones de desempeñarse en la gestión de empresas textiles, de indumentaria y de la moda, así como gestionar su propio emprendimiento valorizando la innovación en los productos y en la gestión.

A lo largo de la carrera se desarrollarán las siguientes competencias:

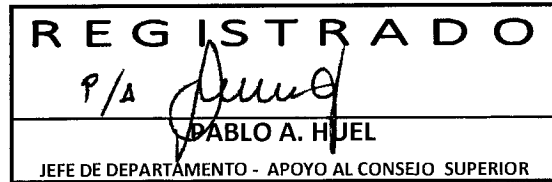
- Integrar conocimientos sobre nuevas aplicaciones para los productos textiles teniendo en cuenta sus exigencias comerciales y legales desde una perspectiva creativa, sustentable y ética.
- Tener dimensión de los ejes competitivos sectoriales a nivel global y nacional para su aplicación en la gestión de empresas textiles, de indumentaria y de la moda.
- Gestionar la producción textil y de productos de moda.
- Tomar decisiones implicadas en la acción directiva dentro del sector de textiles, de indumentaria y de la moda.
- Gestionar la innovación en los emprendimientos y/o en las empresas textiles, de indumentaria y de la moda.
- Desarrollar capacidades de comunicación en los distintos estamentos de la empresa y del medio profesional del sector textil.
- Seleccionar las estrategias más adecuadas para el desarrollo de una empresa y/o emprendimiento teniendo en cuenta los ejes vinculados: al tamaño del mercado, el análisis de las necesidades del consumidor insatisfechas, la formación de RRHH necesarias, el rol del diseño como factor diferenciador y las oportunidades del entorno.

4. TITULACIÓN

La carrera se denomina Especialización en Gestión de la Innovación en Empresas Textiles y de la Moda, y otorga el título académico de "Especialista en Gestión de la Innovación en



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



Empresas Textiles y de la Moda".

5. NORMAS DE FUNCIONAMIENTO

5.1. Condiciones de Ingreso

Podrán ser admitidos en la "Especialización en Gestión de la Innovación en Empresas Textiles y de la Moda", profesionales con título de grado, otorgado por Universidades reconocidas, del campo de las ingenierías; arquitectura; diseñadores -textiles, de indumentaria, industriales, gráficos- y licenciados en: ciencias químicas, administración y otros profesionales que tengan relación con el campo de las empresas textiles y de la moda.

En todos los casos se realizará una evaluación de los candidatos al ingresar al programa para determinar el grado de correspondencia entre su formación, trayectoria y los requisitos de la carrera. La evaluación se realizará a través del análisis de antecedentes, entrevistas, y eventualmente, de otros elementos de juicio solicitados por el Director de la carrera y Comité Académico. En caso de ser necesario se realizará un coloquio a cargo de los mismos. También podrán recomendarse cursos de nivelación.

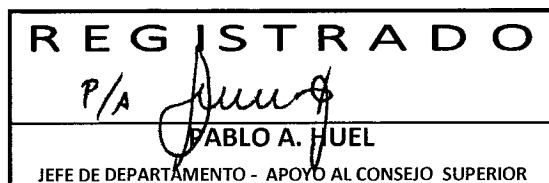
5.2. Promoción

La promoción supone cumplir con la asistencia a las clases - mínimo de OCHENTA POR CIENTO (80%) de asistencia-, presentación de trabajos y/o tareas solicitadas por los responsables académicos de los cursos y aprobación de las evaluaciones previstas al término de cada una de las unidades de formación. Todos los cursos tendrán el mismo sistema de evaluación. La calificación será numérica, dentro de la escala del CERO (0) al DIEZ (10). La aprobación será con un mínimo de SIETE (7).

Además de la aprobación de todos los cursos se deberá presentar y aprobar un Trabajo Final Integrador (TFI). La evaluación del TFI estará a cargo de profesores de la carrera, no menos de dos, convocados por el Director de la Especialización. La calificación mínima requerida



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



para la aprobación del TFI será de SIETE (7).

Sobre el Trabajo Final Integrador

El Trabajo Final Integrador (TFI) consiste en el desarrollo de un trabajo teórico- práctico sobre alguna problemática, área o tema desarrollado en la carrera. La integración se puede realizar a través de dos modalidades:

- a) Un trabajo de proyecto o desarrollo innovador. Se trata del desarrollo de un proyecto o producto, que resulte de la aplicación de los saberes en la carrera o a la resolución de un problema del ámbito de la práctica profesional.
- b) Un trabajo de investigación documental sobre alguna cuestión de interés en la temática de la carrera que constituya una instancia de reelaboración y síntesis. Consistirá en un trabajo de indagación sobre aspectos del tema seleccionado de modo integrador y desde una visión crítica.

5.3. Modalidad

El régimen de cursado previsto es presencial y se deben cumplimentar los contenidos y cargas horarias mínimas establecidas para los cursos y seminarios que integran el plan de estudios.

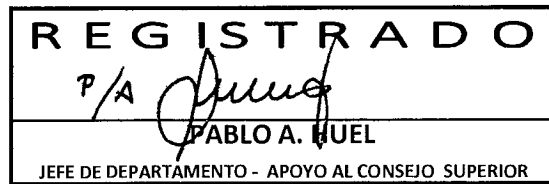
5.4. Graduación

Para obtener el título de "*Especialista en Gestión de la Innovación en Empresas Textiles y de la Moda*", es condición necesaria:

- Aprobar un examen de suficiencia de idioma inglés.
- Aprobar la totalidad de los cursos correspondientes a la Especialización.
- Cumplir con la carga horaria mínima establecida para la carrera.
- Aprobar el Trabajo Final Integrador.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



- Culminar los estudios en el tiempo máximo fijado por el Reglamento de Posgrado vigente en la Universidad.

5.5. Duración

El plazo máximo para cumplir con todas las obligaciones del Plan de Estudios incluido el Trabajo Final Integrador, es de TREINTA Y SEIS (36) meses a partir de la primera unidad curricular rendida. Si al cabo de este período el aspirante no lo hubiera concluido podrá solicitar de manera excepcional al Consejo Directivo de la Facultad Regional una prórroga que en ningún caso podrá ser superior a UN (1) año, de acuerdo con lo establecido en el Reglamento de Educación de Posgrado, Ordenanza N° 1313.

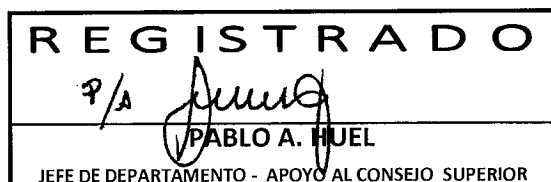
5.6. Metodología de Dictado

La formación estará centrada en la articulación entre los conocimientos propios del campo de estudio, la experiencia profesional previa y la aplicación de los conocimientos adquiridos a la utilización de tecnologías y gestión en contextos específicos. En este marco, la propuesta de enseñanza se estructura en torno a las siguientes estrategias:

- Desarrollo de los temas a través de exposición, diálogo, discusión y uso de variadas metodologías colaborativas que promuevan la apropiación del conocimiento.
- Visita a laboratorios y observación de experiencias.
- Visitas a empresas.
- Utilización de variadas estrategias de enseñanza: estudio de casos, exposiciones, demostraciones, observaciones in situ, elaboración de proyectos, visitas y trabajos de campo.
- Talleres y seminarios.
- Paneles de discusión académica con invitados distinguidos del medio profesional.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



5.7. Evaluación

El proceso de evaluación incluye una dimensión de evaluación de proceso o formativa y una dimensión de resultados, o sumativa y final, ligada a la promoción y acreditación. En el primer caso, se considera esencial obtener información de los aprendizajes que se van posibilitando en los estudiantes, analizar avances e implementar estrategias para enriquecer la enseñanza, así como ajustar la propuesta didáctica incorporando nuevos contenidos y metodologías. La evaluación forma parte de la enseñanza, especialmente en la modalidad de estrategias colaborativas, aplicadas a problemas profesionales en el campo textil, contextualizadas y con intervenciones interdisciplinarias.

La evaluación final informa sobre los logros obtenidos por los estudiantes y valora los aprendizajes en relación a los objetivos de la formación brindada. En cada uno de los seminarios, los docentes definirán los instrumentos y criterios de evaluación, que podrán incluir coloquios integradores, monografías, proyectos, resolución de problemas, así como otras modalidades afines a los propósitos establecidos.

5.8. Financiamiento

La carrera deberá autofinanciarse y se desarrollará a través de las Facultades Regionales que lo soliciten, las cuales se harán responsables por la inscripción, la recepción de solicitudes, el cobro de aranceles y fijación del monto de los mismos, así como del apoyo técnico administrativo.

5.9. Organización Académica

Las Facultades Regionales autorizadas por el Consejo Superior a poner en vigencia y ofrecer la "Especialización en Gestión de la Innovación de Empresas Textiles y de la Moda" deberán establecer una Dirección de la Carrera y un Comité Académico responsables de:

- Establecer los lineamientos y las orientaciones para el desarrollo curricular de la carrera.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



- Seleccionar y proponer a los integrantes del Cuerpo Docente.
- Evaluar los programas analíticos de los cursos y seminarios.
- Evaluar el desempeño de docentes y estudiantes.
- Efectuar el seguimiento académico de la implementación de la carrera.
- Participar en las entrevistas y evaluar las condiciones de los aspirantes para su admisión.
- Orientar a los estudiantes en la elección de los temas de trabajos finales y en el desarrollo de las actividades conducentes a la finalización de los mismos.
- Entender en el proceso de revisión y actualización de la carrera.

6. ESTRUCTURA CURRICULAR

El diseño curricular de la carrera está organizado en cuatro ejes: “Innovación”, “Gestión”, “Sustentabilidad” y “Formación Profesional”.

El Eje de “Innovación”, pretende que los futuros especialistas puedan analizar la innovación en los materiales, marca, diseño y producción.

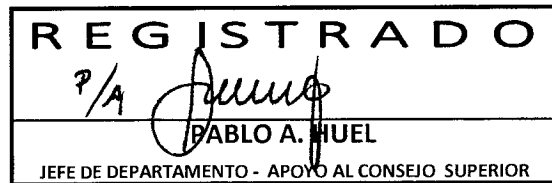
En lo que refiere a los materiales, el futuro profesional del sector deberá conocer los nuevos materiales textiles que surgen a partir de la nanotecnología, la microelectrónica, la biotecnología, los tratamientos en fibras naturales, entre los campos más relevantes. A partir de la innovación en materiales estudiarán las nuevas funcionalidades de los productos, tales como equipos de protección personal (EPP), textiles para la construcción, aplicaciones médicas y el transporte, entre otras.

Un aspecto insoslayable en la innovación sectorial es el diseño, ya que tiene una dinámica clave tanto para las empresas más grandes como para las enfocadas al diseño de autor y los jóvenes diseñadores.

Las estrategias de marketing, desarrollo de marca y comunicación en el siglo XXI, también han cambiado sustancialmente en consonancia con las demandas de un consumidor cada



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



vez más exigente que incorpora nuevas tecnologías de manera permanente. Por lo tanto, la innovación en estas áreas debe ser permanente con la incorporación de herramientas cada vez más sofisticadas. Es importante considerar, también un mercado emergente vinculado a la microelectrónica en productos que se inscriben en la categoría de Internet de las Cosas (IoT- Internet of Things) siendo esta categoría una de las más dinámicas para los productos textiles y accesorios portables (productos denominados wereables).

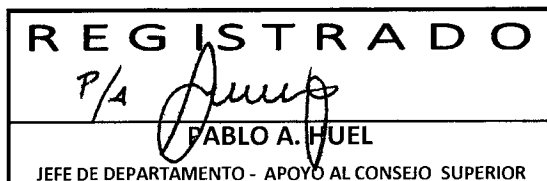
En el eje de “Gestión”, se pretende que los futuros especialistas adquieran herramientas para gestionar empresas textiles, de indumentaria y de la moda. Para ello, se brindarán experiencias de buenas prácticas y herramientas de análisis que ayuden a desarrollar empresas más competitivas, ya sea desde el punto de vista de la búsqueda de estrategias como de la organización empresarial. La formación debe contemplar las necesidades de empresas -grandes, medianas, pequeñas- y a los emprendedores (muy frecuentes en la dinámica de nuevos diseñadores y los startups tecnológicos).

En el eje de “Sustentabilidad”, teniendo en cuenta el contexto actual, es clave que los futuros posgraduados puedan considerar la sustentabilidad de procesos y productos para disminuir el impacto ambiental para la sobrevivencia del planeta como así también para responder a los requerimientos legales de cada país. Este eje abordará la temática de la sustentabilidad de manera transversal y vinculando a todas las actividades de una organización, como por ejemplo: la gestión, la producción -nuevos procesos tales como impresión 3D-, el desarrollo de nuevos productos, la relación de la empresa con la sociedad y su vínculo con los trabajadores. Otra forma de contribuir a la sustentabilidad, es a través del eco diseño, lo que implica considerar el ciclo de vida del producto desde su concepción hasta su desecho y reutilización, proceso denominado de la cuna a la cuna (cradle to cradle).

Los tres ejes que se presentan en esta Especialización abordarán las nuevas formas productivas inscriptas en la llamada revolución 4.0, que es objeto de profundos estudios por



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



parte de los países y muy particularmente de aquellos con industrias con mano de obra intensiva tales como el textil, la indumentaria y el calzado.

El eje de la "Formación Profesional" está diseñado para articular los conocimientos de la carrera con los problemas de la práctica y la experiencia profesional. El espacio curricular de *Taller de Reflexión sobre la Práctica Profesional* está ideado para acercar al ámbito profesional, desarrollando un tema de interés estudiado durante la formación.

Además, los estudiantes deberán realizar una práctica integradora individual en un ámbito externo. El objetivo principal es que los profesionales puedan recuperar y poner en práctica las competencias vinculadas a: la gestión en la empresa en su organización, el manejo de RRHH, la innovación -desarrollo de nuevos productos, colecciones-, estrategias de marketing como de la sustentabilidad -certificaciones, reciclados- en un contexto real bajo el acompañamiento de un profesional experimentado. Si bien los ámbitos seleccionados pueden ser muy distintos, todos deben cumplir la misma carga horaria y realizar actividades comunes y homogéneas, más allá de las particularidades de cada ámbito externo. Cabe señalar, que la riqueza de esta práctica se puede recuperar en la realización del Trabajo Final Integrador, en el cual los alumnos seleccionan una problemática o tema específico para profundizar teóricamente que le permita realizar aportes novedosos a problemas profesionales del campo de textil, de la indumentaria y de la moda.

Finalmente, el Seminario Integrador, es el espacio curricular que brinda herramientas para la elaboración del Trabajo Final Integrador que deben presentar los alumnos como requisito final para su graduación.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

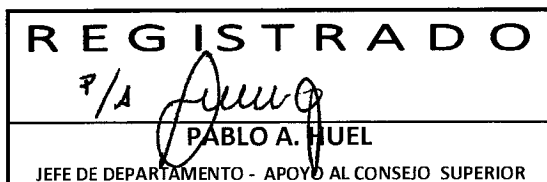


7. PLAN DE ESTUDIOS

EJE	CURSOS	HORAS		
		Teóricas	Prácticas	Totales
Innovación	Marketing e imagen de marca	21	9	30
	Estrategias innovadoras de Comunicación en la moda	33	12	45
	Diseño en empresas textiles y de la moda	33	12	45
Gestión	Economías globales y comercio internacional	21	9	30
	Gestión de los Recursos Humanos	21	9	30
	Gerenciamiento de operaciones productivas en empresas textiles y de la confección	33	12	45
	Emprendedorismo y Gestión de proyectos	15	15	30
Sustentabilidad	Competitividad de los productos textiles: Innovación y sustentabilidad	21	9	30
	Responsabilidad Social Empresaria y Sustentabilidad	21	9	30
Formación profesional	Taller de Reflexión sobre la práctica profesional		30	30
	Seminario Integrador	21	9	30
CARGA HORARIA TOTAL				375



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



8. OBJETIVOS Y CONTENIDOS MÍNIMOS

EJE: INNOVACIÓN

○ *MARKETING E IMAGEN DE MARCA*

Objetivos

- Identificar la evolución y las tendencias macroeconómicas del sector moda.
- Desarrollar e implementar procesos y estrategias propias del área de Marketing, específicamente para el sector de la moda.
- Analizar la información basándose en evidencias propias del sector de la moda para detectar nuevas oportunidades de mercado.
- Identificar los elementos que influyen en la imagen y el posicionamiento de marca con la finalidad de desarrollar, mejorar y modificar dicha imagen y/o posicionamiento.

Contenidos Mínimos

Conceptualizaciones sobre Marketing, las 4 P de Porter, ciclo de vida del producto, matriz BCG y las 5 fuerzas competitivas de Porter. Encuestas cuanti y cualitativas. Tendencias de Marketing. Estrategias de comercialización. Negocios de moda. La moda como actividad y el sector económico. El mercado de la moda y su lógica. Estrategias de comunicación de moda y sus diferentes modalidades. Branding: Creación y desarrollo de marca, características de las distintas cadenas de retail. Conceptualizaciones de Pronto Moda y su organización logística. El rol de la identidad e imagen en los diferentes tipos de mercado de consumo textil.

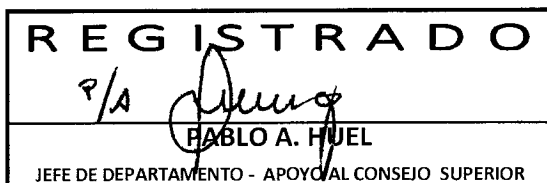
○ *ESTRATEGIAS INNOVADORAS DE COMUNICACIÓN EN LA MODA*

Objetivos

- Analizar críticamente las potencialidades económicas, comerciales y comunicacionales del mercado nacional e internacional del sector textil.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



- Identificar las interrupciones tecnológicas que dan lugar a la Revolución Industrial 4.0 y las oportunidades de nuevos modelos de negocios para seleccionar nuevas estrategias comunicacionales.
- Diseñar y gestionar estrategias innovadoras de comunicación adaptadas a las principales tendencias del mercado textil.
- Incorporar la metodología de Tendencias Sociales y Diseño Estratégico para desarrollar soluciones 360 grados (Sistema Producto Servicio) que mejoren la competitividad de las empresas a partir de una comunicación eficaz dirigida a las necesidades de cada segmento del mercado.

Contenidos Mínimos

Características y dinámicas del mercado de la moda en el Siglo XXI. Sistemas tradicionales y alternativos de producción y comunicación en la moda. Diseño de un sistema integrado y coherente de productos, servicios y comunicación. El desarrollo de la inteligencia artificial y su aporte en las redes y en la comunicación. Impacto de las nuevas tecnologías en la comunicación. Desarrollo de estrategias innovadoras de comunicación adaptadas a mercados de la moda nacionales e internacionales.

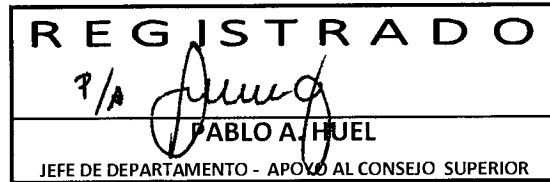
- o *DISEÑO EN EMPRESAS TEXTILES Y DE LA MODA.*

Objetivos

- Comprender el rol del diseño como factor diferenciador y facilitador de la interrelación de los diversos ejes de la industria.
- Identificar los diferentes perfiles productivos y organizativos del sistema de la moda, focalizando en las características de la industria de nuestro país, así como las habilidades de investigación que le son propias.
- Adquirir criterios y herramientas del proceso de diseño, necesarios para el desarrollo de una



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



colección, incluyendo la elaboración de muestras y los procesos necesarios.

- Comprender en profundidad el funcionamiento de la industria del denim, desde la perspectiva del diseño, la elaboración de productos y la comercialización.
- Observar la evolución del uso del denim y la incidencia de la tecnología en la aparición de nuevos procesamientos y lavados altamente sofisticados.

Contenidos Mínimos

El diseño como factor diferenciador e interrelacionador. La innovación como herramienta para adaptarse a escenarios cambiantes. Mapa contemporáneo de la moda. Análisis de tendencias locales e internacionales. Desarrollo de colecciones. Importancia del Jeans weare. Tecnología en la producción de prendas. Nuevas siluetas. Experimentación morfológica y reinterpretación de tipologías en Denim.

EJE: GESTIÓN

- o *ECONOMÍAS GLOBALES Y COMERCIO INTERNACIONAL*

Objetivos

- Adquirir conocimientos que permitan comprender los hechos y datos de la realidad económica nacional e internacional de la industria textil y de confecciones, de Argentina y a nivel global.
- Utilizar herramientas de análisis para comprender de forma crítica, la situación actual y futura, los diferentes escenarios posibles, para la industria textil y de confecciones de Argentina y a nivel global.

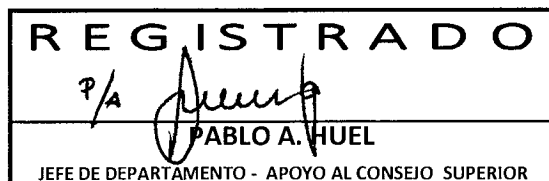
Contenidos Mínimos

Conceptualizaciones sobre macroeconomía y herramientas de análisis. Comprensión de la lógica productiva del sector en el marco de un esquema de cadena de valor local. Economía internacional e historia del sector textil. Globalización, deslocalización de la producción y

4



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



tercerización. Cadenas de valor globales en la industria y en el sector textil. Efectos de las políticas macroeconómicas. Análisis de la dinámica nacional del sector en forma comparativa con la organización sectorial global.

○ *GESTIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS*

Objetivos

- Contribuir a la formación de profesionales con conocimientos prácticos en la dirección de RR.HH.
- Conocer los diferentes estilos para conducir empresas textiles, de indumentaria y de la moda; proporcionándoles las técnicas y herramientas, que los ayudará a elaborar un estilo propio de conducción, propiciando la creatividad y el talento en la industria de la moda.
- Adquirir herramientas específicas para el manejo de los recursos humanos de acuerdo a las particularidades del sector textil, de la confección y de la moda, teniendo en cuenta el marco legal en Argentina, las cadenas globales de suministro y la macroeconomía.

Contenidos Mínimos

El futuro del trabajo. El rol del responsable de RR. HH y el funcionamiento del área. La Gestión de los Recursos Humanos en empresas textiles. Tendencias macroeconómicas y su impacto en las empresas. Gestión del cambio. Innovación desde el área de RR.HH. Gestión del talento en industrias de la moda. Métodos de incentivo habituales para el sector textil y confección. El poder de la motivación y liderazgo en la dimensión empresarial. Compensación & beneficios. Equidad interna y competitividad externa en relación a outsourcing de la producción particularmente habitual en el sector de la confección y sus normativas legales, así como el vínculo con el trabajo a domicilio.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



o *GERENCIAMIENTO DE OPERACIONES PRODUCTIVAS EN EMPRESAS TEXTILES Y DE LA CONFECCIÓN*

Objetivos

- Comprender las características productivas de la cadena de valor textil y de la indumentaria.
- Identificar las buenas prácticas de Gerenciamiento en una industria de producción textil.
- Analizar modelos logísticos exitosos del sector.
- Identificar las características desde el punto de vista gerencial de la tercerización de operaciones textiles y de la fabricación de indumentaria.
- Conocer las bases para el cálculo de costos para la producción textil y de la confección.
- Comprender el funcionamiento productivo de una empresa en confección y sus particularidades a partir de distintos modelos organizativos.
- Analizar el impacto en la organización de la empresa de la participación en cadenas transnacionales de valor (marcas globales).

Contenidos Mínimos

Gestión de la producción de plantas textiles y de confección. Procedimiento sobre la planificación en plantas de confección industrial. Estructura organizacional y modelos productivos en empresas textiles y de confección. Modelos de logística en el sector textil. Sistemas de costeo en las empresas del sector. Gestión de la tercerización de las operaciones diferenciando las actividades estratégicas de las secundarias incluyendo los mecanismos que conlleva producir para cadenas globales de valor.

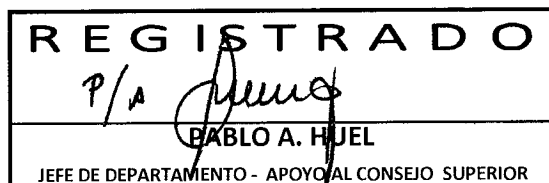
o *EMPRENDEDORISMO Y GESTIÓN DE PROYECTOS*

Objetivos

- Adquirir herramientas e instrumentos estratégicos y operativos para la planificación, gestión y desarrollo exitoso de proyectos y emprendimientos con el eje de la Identidad como factor clave.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



- Reflexionar en torno a la organización, la comunicación y la acción comercial de los emprendimientos.
- Analizar proyectos de construcción de emprendimientos de negocios del sector textil.

Contenidos Mínimos

Características y elaboración de un plan de negocios. Evaluación de oportunidades y diseño de proyectos. Estrategia y Planificación. Plan de Implementación y programación. Análisis de Factibilidad de los proyectos. Características de los emprendimientos vinculados al sector textil y de la moda. Estrategias comerciales. Variables Comerciales y de Marketing para nuevos emprendimientos. El diseñador emprendedor y la moda como oportunidad de nuevos negocios. Casos exitosos nacionales e internacionales.

EJE: SUSTENTABILIDAD

- o *COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTOS TEXTILES: INNOVACIÓN Y SUSTENTABILIDAD*

Objetivos

- Analizar las claves que impactarán al sector textil en el siglo XXI: la revolución 4.0, la sustentabilidad y la innovación.
- Brindar un amplio panorama sobre los nuevos textiles y su vinculación con otras disciplinas del conocimiento tal como: nanotecnología, biotecnología, microelectrónica, entre otras.
- Analizar el diseño del producto en función de los materiales disponibles y de sus usos específicos para exigencias diferenciales.
- Conocer los diferentes tipos de certificación y su valor dentro del ámbito textil.

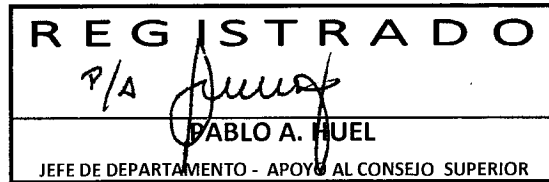
Contenidos Mínimos

Conceptualizaciones y aportes de la innovación al campo textil. La innovación y su impacto en la economía, ejes de la revolución 4.0 (robotización, internet de las cosas, wereables,





Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



inteligencia artificial). La sustentabilidad como eje de innovación en el campo textil. Tecnologías emergentes. Evaluación de materiales textiles de acuerdo a la función esperada. Nuevos textiles. Aplicaciones especiales. Diseño, producción y comercialización en la era de la sustentabilidad. Certificación de productos textiles orgánicos, productos verdes y prendas libres de sustancias nocivas para la salud.

○ *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA Y SUSTENTABILIDAD*

Objetivos

- Conocer las normativas internacionales y su aplicación en la Argentina en relación a la Responsabilidad Social Empresaria (RSE).
- Obtener una visión sistémica sobre las principales actuaciones que se pueden realizar en materia de RSE vinculándolas conjuntamente con otros pilares como son los Sistemas de Gestión de la Calidad, el cuidado del medio ambiente y las condiciones laborales.
- Comprender las dimensiones sociales y ecológicas de la sostenibilidad, y su importancia para los sistemas de gestión medioambiental de las empresas.
- Brindar conocimientos y herramientas que contribuyan a la toma de decisiones al planificar y ejecutar iniciativas medioambientales en la empresa.
- Comprender los conceptos y actividades asociados al ecodiseño, así como su gestión y control.

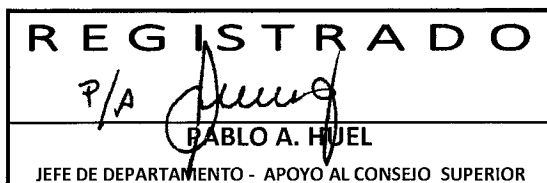
Contenidos Mínimos

La Responsabilidad Social Empresaria vs. Sostenibilidad. Evolución y perspectivas de la RSE. Aportes de la legislación internacional al sector textil. El pilar Laboral de la RSE. Los actores sociales: sindicatos y empresas. Condiciones de trabajo en el sector textil e indumentaria. Protocolos y programas de RSE. Prospectiva de la RSE. Pilar Ambiental. Principios de la sustentabilidad. Conceptualizaciones de sostenibilidad textil e indumentaria. Panorama





Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



internacional. Diseño sostenible. Principios de diseño sustentable, perspectivas y prácticas.
Ecodiseño en la industrial textil. Ciclo de vida del producto.

EJE: FORMACIÓN PROFESIONAL

○ TALLER DE REFLEXIÓN SOBRE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

Objetivos

- Identificar una situación problemática y construir una propuesta de mejora, aplicando conocimientos adquiridos en la carrera.
- Redactar una propuesta fundamentada en teoría y metodología del campo profesional textil.
- Realizar observaciones en el terreno, recopilando informaciones existentes en la empresa para determinar los ejes de trabajo y responder a la problemática expresada por el cliente.

Contenidos Mínimos

Identificación de la problemática a estudiar. Modelización de la actividad textil. Hipótesis de trabajo. Elección y utilización de métodos y herramientas adecuadas para resolver las problemáticas analizadas. Recolección de la información. Interpretación de los resultados. Escritura de un diagnóstico y/o propuesta de mejora. Escritura de informe técnico o tipo ejecutivo.

○ SEMINARIO INTEGRADOR

Objetivos

- Adquirir herramientas metodológicas para la elaboración del Trabajo Final Integrador y para el abordaje de problemas del campo profesional.
- Profundizar teórica y metodológicamente el abordaje del tema seleccionado, a través de la articulación de los contenidos adquiridos durante el cursado.





Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado



Contenidos Mínimos

Herramientas para la elaboración del Trabajo Final Integrador (TFI). Análisis documental: Estrategias y Sistemas de Búsqueda bibliográfica en bases de datos. Lineamientos metodológicos para las distintas etapas del trabajo. Escritura académica del TFI: Introducción, Planteamiento del tema a abordar/problema a resolver, objetivos, desarrollo, conclusiones, referencias bibliográficas. Presentaciones orales de avances del TFI. Análisis crítico y metodológico del trabajo y discusión de resultados.
