

ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES DE DISEÑO

CATÁLOGO DE ASIGNATURAS OPTATIVAS

DISEÑO GRÁFICO

TERCER CURSO
Caligrafía y lettering
Gestión de contenidos de la marca en el entorno digital
Técnicas 3D de representación fotorrealista aplicadas al diseño gráfico
Transversal: Tecnología 2D y 3D para elaboración de prototipos
CUARTO CURSO
Animación y grafismo 3D
Comercio electrónico
Desarrollo de aplicaciones móviles
Dirección de arte de diseño gráfico
Diseño gráfico institucional
Diseño infográfico y visualización de datos
Grafismo para videojuegos
Laboratorio de materiales para el proyecto de diseño gráfico
Transversal: Diseño y promoción de la marca personal
Transversal: Introducción a la producción de eventos

DISEÑO DE INTERIORES

TERCER CURSO
Escaparatismo y diseño de puntos de venta
Técnicas de iluminación aplicadas al proyecto
Técnicas 3D de representación fotorrealista aplicadas al diseño de interiores
Transversal: Tecnología 2D y 3D para elaboración de prototipos
CUARTO CURSO
Creatividad e innovación aplicadas al diseño de interiores
Diseño de escenografía
Diseño de espacios comerciales para marcas
Diseño de espacios virtuales
Documentación técnica en diseño de interiores
Domótica
Elementos tridimensionales para diseño de interiores
Luz y ambiente en diseño de interiores
Transversal: Diseño y promoción de la marca personal
Transversal: Introducción a la producción de eventos

DISEÑO DE MODA

TERCER CURSO
Diseño de moda hombre
Diseño para superficies textiles
Técnicas de teñido y estampación
Transversal: Tecnología 2D y 3D para elaboración de prototipos
CUARTO CURSO
Alta costura
Creatividad e innovación aplicadas al diseño de moda
Diseño de calzado
Diseño de moda infantil
Elementos tridimensionales para diseño de moda
Fotografía para el editorial de moda
Ilustración aplicada al editorial de moda
Laboratorio de materiales textiles
Transversal: Diseño y promoción de la marca personal
Transversal: Introducción a la producción de eventos

DISEÑO GRÁFICO TERCER CURSO

Caligrafía y lettering	
Objetivo	Conocer técnicas manuales y digitales para aplicar la caligrafía y el lettering en distintos soportes.
Contenidos	Procedimientos y técnicas manuales y digitales. Caligrafía expresiva: soportes de aplicación. Lettering experimental: técnicas de fabricación. Digitalización del lettering.

Gestión de contenidos de la marca en el entorno digital	
Objetivo	Ofrecer una aproximación metodológica y práctica al proceso de gestión de contenidos de las marcas en el entorno digital. Amplía el ámbito de acción de la imagen corporativa para proyectarla en los nuevos espacios de mercados, vinculados con el desarrollo tecnológico.
Contenidos	Estrategia de marca en social media. Estrategia creativa para la marca online. Monitorización de la reputación de la marca online: herramientas y metodologías. Dinamización de campañas para maximizar la visibilidad de la marca.

Técnicas 3D de representación fotorrealista aplicadas al diseño gráfico	
Objetivo	Representar virtualmente elementos gráficos en algunas actividades del perfil profesional del diseñador gráfico como el diseño ambiental: gráfica y comunicaciones aplicadas al espacio. Amplía la asignatura "Herramientas digitales: representación" proporcionando los conocimientos suficientes para abordar la creación de contenido visual 3D aplicado al diseño gráfico.
Contenidos	Técnicas avanzadas de modelado en 3D. Uso de bibliotecas y plugins especializados para la generación de elementos gráficos. Composición para escenarios de comunicación visual. Materiales, texturas e iluminación. Renderizado y postproducción. Aplicación de técnicas fotorrealistas al proceso de diseño.

Tecnología 2D y 3D para elaboración de prototipos (optativa transversal)	
Objetivo	Conocer y dominar los procesos de producción tecnológica necesarios para la creación de prototipos de diseño y, en algunos casos, productos finales de cualquiera de las especialidades. Se practicará con las diferentes tecnologías y tipos de prototipado existentes en el mercado, materiales específicos para cada procedimiento y archivos digitales de producción.
Contenidos	Práctica de la impresión sobre materiales diversos y aplicaciones finales sobre distintos soportes. Corte y grabado láser. Impresión 3D. Materiales y aplicaciones. Preparación de archivos digitales para producción. Práctica del proceso de producción integral del prototipo. Acabados. Verificación de los resultados del prototipado.

CUARTO CURSO

Animación y grafismo 3D	
Objetivo	Dotar al alumnado de técnicas de diseño asistido por ordenador enfocadas al diseño gráfico en movimiento, así como para iniciarse en la animación 3D.
Contenidos	Técnicas de animación. Animación 3D: cuadros clave, transformaciones espaciales y variación de las condiciones de iluminación. Definición de objetos 2D y 3D básicos en coordenadas reales. Parámetros de control de las formas predefinidas.

Comercio electrónico	
Objetivo	Diseñar estrategias comunicativas en la publicidad online.
Contenidos	La publicidad en el entorno digital y los nuevos medios de comunicación. Diseño de estrategias comunicativas en la publicidad online. Herramientas y recursos para la ideación, planificación y desarrollo de campañas de comunicación online Nuevos métodos de comunicación para la comunicación online. Técnicas de verificación de la eficacia comunicativa.

Desarrollo de aplicaciones móviles	
Objetivo	Idear, diseñar y desarrollar aplicaciones adaptadas a móviles y tabletas como principales dispositivos de comunicación, tanto en el entorno personal como profesional, integrados, además, en otros productos como vehículos, electrodomésticos o equipamiento urbano.
Contenidos	Principios básicos del desarrollo de aplicaciones móviles. Evolución. Aspectos específicos de los dispositivos móviles. Arquitecturas y patrones de diseño. Tipos de aplicaciones. Usabilidad e interacción. Diseño de interfaz de usuario. Sistemas operativos y entornos de desarrollo para dispositivos móviles.

Dirección de arte de diseño gráfico	
Objetivo	Capacitar para dirigir eficazmente grupos de trabajo multidisciplinar, estableciendo una división estratégica del trabajo, así como una visión global y creativa de la comunicación visual. La dirección de arte afronta constantemente nuevos retos creativos que han de garantizar la eficacia comunicativa del mensaje en una sociedad cada vez más exigente y cambiante.
Contenidos	La dirección de arte: funciones y tipología. Metodologías en la dirección de arte. Creatividad. Contexto: referentes, modas y tendencias. Imagen. Persuasión y significado. Lenguajes persuasivos en diseño gráfico. Comunicación visual: géneros, estilo y tono. Trabajo en equipo: dirección y planificación.

Diseño gráfico institucional	
Objetivo	Proporcionar las herramientas necesarias para saber elaborar un diagnóstico institucional haciendo uso de diferentes técnicas para identificar la problemática de comunicación existente y poder definir los medios y la estrategia más adecuados a sus necesidades comunicativas.
Contenidos	Herramientas para el diagnóstico de la institución. Técnicas de identificación de problemáticas de comunicación visual. Rediseño de la imagen global. Desarrollo de una estrategia de comunicación integral para fortalecer la nueva imagen institucional.

Diseño infográfico y visualización de datos	
Objetivo	Saber utilizar las herramientas de análisis de datos, organización y representación gráfica para transformar la información en imágenes sintéticas y claras, fácilmente comprensibles e interpretables, con un alto valor para el posicionamiento estratégico.
Contenidos	Fundamentos de la infografía y visualización de datos. Infografía, información y comunicación visual. Herramientas digitales para la representación infográfica.

Grafismo para videojuegos	
Objetivo	Proporcionar los conocimientos específicos del ámbito del diseño gráfico que son aplicables en el diseño de videojuegos, especialmente en los aspectos formales y compositivos que definen la interfaz gráfica, así como en la elaboración de los soportes gráficos destinados a la promoción y comercialización del producto.
Contenidos	Elementos formales del videojuego. Industria del videojuego. Diseño de la interfaz gráfica. Elementos gráficos de identificación visual. Soportes gráficos para la promoción y comercialización.

Laboratorio de materiales para el proyecto de diseño gráfico	
Objetivo	Proporcionar los conocimientos teóricos y prácticos relativos a materiales y procesos de transformación necesarios para una correcta elección de los mismos en coherencia con el acto de proyectar; paralelamente, pretende servir de taller experimental en el que entrar en contacto directo con los materiales y su manipulación, potenciando así la introducción de estos conocimientos el proceso creativo.
Contenidos	El estudio de los materiales en el diseño gráfico: materiales habituales y materiales alternativos. Características. Ámbitos de aplicación. Selección de materiales en el proyecto de diseño: de los requerimientos técnicos a la experimentación. Ámbitos del diseño, requerimientos técnicos, estéticos y materiales. Procesos de transformación. Selección de materiales, procesos y sostenibilidad del producto. Creatividad y materiales: procesos de manipulación para el proyecto de diseño gráfico. Interacciones entre el proyecto gráfico, materiales, procesos y creatividad.

Diseño y promoción de la marca personal (optativa transversal)	
Objetivo	Conocer los recursos estratégicos y las técnicas que permitan al alumnado establecer valores identitarios propios, posibilitando el diseño de una marca personal a través de un código comunicativo que le represente, que le distinga como profesional del diseño y que le ayude a posicionarse profesionalmente en el mercado a través de los distintos soportes de comunicación social existentes.
Contenidos	Análisis situacional. Técnicas para la gestión de la información y el conocimiento. Diseño de imagen de marca personal: atributos de la marca. Proyección estratégica de la marca.

Introducción a la producción de eventos (optativa transversal)	
Objetivo	Abordar el proceso de planificación y gestión de eventos relacionados con las distintas disciplinas del diseño y las artes, teniendo en cuenta la diferente naturaleza de los mismos, tanto en actividades de difusión cultural como de promoción comercial. Conocer las distintas fases que articulan la preparación y gestión de un evento, los recursos materiales y humanos, así como el diseño espacial de los actos.
Contenidos	Requerimientos organizativos, materiales y técnicos de los eventos más usuales. Análisis de las necesidades del cliente. Protocolo aplicado a eventos. Preproducción y producción. Introducción al control de gastos. Control de tiempos. Agentes intervinientes y su coordinación: personal y técnicos, espectadores y usuarios, diseñadores, administración pública. Licencias y permisos administrativos. Comunicación, posicionamiento y promoción de eventos. Diseño y eventos: diseño espacial y organización temporal de eventos comerciales y culturales. Imagen corporativa en la gestión de eventos. Redacción de proyectos de organización de eventos.

DISEÑO DE INTERIORES TERCER CURSO

Escaparatismo y diseño de puntos de venta	
Objetivo	Afrontar el diseño de escaparates y puntos de venta comerciales enfocando los objetivos y tratamiento de los procesos mediante un pensamiento visual ordenado, explorando recursos estéticos, de comunicación y espaciales, con una actitud creativa.
Contenidos	Factores influyentes en el escaparate y puntos de venta: la sociología, la psicología, importancia del visual merchandising. Exposiciones interiores y exteriores. Función y tipología. La imagen comercial. Teoría del escaparatismo. Principios fundamentales del escaparate. Elementos aplicados en su creación y concepción. Principios de composición formal. Simbología cromática, funcionalidad y comunicación. Iluminación. Tratamiento de imágenes y diseño gráfico. Materiales utilizados en la configuración del escaparate. Elementos decorativos. Soluciones constructivas. Dirección de ejecución y montaje.

Técnicas de iluminación aplicadas al proyecto	
Objetivo	Introducir los conceptos básicos del proyecto técnico de iluminación artificial, de tal manera que se puedan incorporar como parte primordial de la definición de ejecución en diseño de interiores. Además situará al alumnado en las tendencias actuales existentes en materiales y sistemas de iluminación.
Contenidos	Fundamentos luminotécnicos aplicados al cálculo de instalaciones de iluminación. Lámparas y luminarias: tipos, rendimiento, curvas y distribución luminosa. Criterios de selección. Predimensionado de la instalación. Métodos y cálculo de la iluminación. Determinación de luminarias. Utilización de herramientas digitales específicas. Memoria y representación gráfica en planos. Tendencias tecnológicas en materiales para la iluminación artificial. Normativa de aplicación.

Técnicas 3D de representación fotorrealista aplicadas al diseño de interiores	
Objetivo	Realizar presentaciones virtuales realistas de espacios interiores, así como emplear estas técnicas como verificación del proceso de diseño. Amplía la asignatura "Herramientas digitales: representación" proporcionando los conocimientos suficientes para abordar la creación de contenido visual 3D aplicado al diseño de interiores, tanto en espacios como en mobiliario y resto de elementos de decoración.
Contenidos	Técnicas avanzadas de modelado en 3D. Uso de bibliotecas y plugins especializados para la generación de objetos y espacios. Técnicas avanzadas de iluminación. Recreación fotorrealista de materiales arquitectónicos y sus texturas. Mapeado. Iluminación natural, artificial y sombras. Iluminación puntual y global. Composición de escenas para presentación de proyectos. Renderizado y postproducción. Inserción de la figura humana. Fotomontaje.

	<p>Retoque fotográfico aplicado. Aplicación de las técnicas fotorrealistas al proceso de diseño. Generación de propuestas alternativas y toma de decisiones. Variables de materiales e iluminación del espacio</p>
--	--

Tecnología 2D y 3D para elaboración de prototipos (optativa transversal)	
Objetivo	<p>Conocer y dominar los procesos de producción tecnológica necesarios para la creación de prototipos de diseño y, en algunos casos, productos finales de cualquiera de las especialidades. Se practicará con las diferentes tecnologías y tipos de prototipado existentes en el mercado, materiales específicos para cada procedimiento y archivos digitales de producción.</p>
Contenidos	<p>Práctica de la impresión sobre materiales diversos y aplicaciones finales sobre distintos soportes. Corte y grabado láser. Impresión 3D. Materiales y aplicaciones. Preparación de archivos digitales para producción. Práctica del proceso de producción integral del prototipo. Acabados. Verificación de los resultados del prototipado.</p>

CUARTO CURSO

Creatividad e innovación aplicadas al diseño de interiores	
Objetivo	<p>Conocer formas de pensamiento creativo y estratégico, su relación con las metodologías de diseño y la gestión de la información y su aplicación en proyectos de diseño de interiores.</p>
Contenidos	<p>Definición conceptual de los términos. Características específicas y aspectos diferenciadores. Creatividad, innovación y desarrollo social. Aproximación a la prospectiva y la búsqueda de escenarios de diseño de interiores. Aspectos relevantes: personalidad, proceso y producto creativo. Técnicas y metodologías para el proceso creativo. Espacios creativos: aspectos organizativos, funcionales y estéticos.</p>

Diseño de escenografía	
Objetivo	<p>Profundizar en los conocimientos adquiridos en la asignatura "Proyectos de espacios efímeros", incidiendo en la interpretación del acto escénico desde el estudio de la obra. Entender el funcionamiento técnico básico de los espacios escénicos y conocer los elementos escenotécnicos fundamentales para su incorporación efectiva al proyecto.</p>
Contenidos	<p>Antecedentes históricos del diseño escenográfico en los diferentes ámbitos creativos. Referentes. Interpretación de textos escénicos para el diseño escenográfico. Interacciones en el proceso de diseño con director, artistas plásticos, de vestuario y técnicos. Tipología escenográfica. Concepción espacial en diseño de escenografía. Relación con el espectador. Técnicas escenográficas: espacio escénico y escenotecnia. Principios del diseño de la iluminación escenográfica. Realización de proyectos escenográficos. Proceso de información y documentación sobre la obra o evento. Conceptualización. Desarrollo de maquetas y/o storyboards. Implantación en el espacio escénico. Detalles técnicos.</p>

Diseño de espacios comerciales para marcas	
Objetivo	Capacitar para realizar el diseño del espacio interior de locales comerciales bajo los requisitos y premisas fijadas por las marcas de franquicias. El interiorismo comercial en régimen de franquicia conlleva el uso de la imagen corporativa establecida formalizada en logotipos, rotulación e incluso mobiliario corporativo, así como en muchas ocasiones, el cumplimiento de requerimientos de carácter espacial y ambiental.
Contenidos	Marca e identidad corporativa. Conocimientos y aplicación del branding y visual merchandising. Interiorismo corporativo: la identidad en el espacio. Simbología cromática, funcionalidad y comunicación. Estrategias de diseño en locales de franquicias. Equipamiento, revestimientos, y mobiliario. Diseño y aplicación de mobiliario específico. Fases y desarrollo de proyectos de espacios de marca.

Diseño de espacios virtuales	
Objetivo	Introducir al alumnado en la creación de espacios virtuales, empleando los conocimientos previos adquiridos en el diseño de ambientes interiores y exteriores. Estos espacios serán instrumentos de representación de entornos arquitectónicos y naturales reales o pertenecientes a mundos imaginados, al servicio de una narrativa, según las aplicaciones diversas a las que pueden estar dirigidas.
Contenidos	Interpretación de documentos de diseño y guiones creativos. Conceptos de narrativa audiovisual e inserción del espacio en la creación de historias, personajes y mundos. Conceptualización del espacio virtual para imagen estática y en movimiento, en función de la interfaz de visualización y aplicación. Elaboración de storyboards. Comprensión de los procesos y de los diferentes roles en aplicaciones del diseño de espacios virtuales, para capacitar en la interacción con otros intervinientes. Técnicas digitales de modelado y animación 3D para el diseño de espacios virtuales. Color, iluminación y acabados 2D y 3D. Planificación de la escenografía para animación. Colocación y movimiento de cámaras en animación de espacios virtuales. Render y animación. Postproducción. Desarrollo de proyectos de espacios virtuales digitales en los distintos ámbitos de aplicación: diseño de ambientación arquitectónica para videojuegos, visualización de arquitectura con valores patrimoniales, generación de recorridos virtuales, creación de nuevos proyectos de arquitectura, de arte en general y eventos.

Documentación técnica en diseño de interiores	
Objetivo	Redactar y organizar sin discrepancias internas documentación escrita y gráfica de un proyecto. La actividad del diseñador de interiores en un proyecto precisa de una comunicación eficiente e inequívoca entre los distintos agentes intervinientes en el proceso de construcción, siendo capaz de generar la documentación pertinente para realizar los trámites administrativos que conduzcan a la obtención de licencias, y posteriormente realizar la ejecución de obra.

Contenidos	<p>Documentación técnica integrante del proyecto, en relación con el tipo y entidad de la actuación y prescripciones del Código Técnico de Edificación como marco de referencia.</p> <p>Requisitos documentales para la tramitación de licencias según fases del proyecto.</p> <p>Coordinación con otros técnicos intervinientes, empleo e integración de la documentación generada por los mismos en el proyecto de ejecución.</p> <p>Representación y coordinación de la información planimétrica de definición de la ejecución.</p> <p>Redacción y coordinación con la información planimétrica de la documentación escrita.</p>
-------------------	---

Domótica	
Objetivo	<p>Introducir al conocimiento y empleo de los sistemas domóticos con la perspectiva de aplicación al proyecto de diseño de interiores. El potencial de estos sistemas estriba en la toma de datos y gestión automatizada de instalaciones. La domótica influirá cada vez más en la concepción arquitectónica del espacio interior, por lo que es necesario conocer las características técnicas de los sistemas domóticos y su inserción dentro de la construcción.</p>
Contenidos	<p>Conceptos de domótica e inmótica.</p> <p>Potencial de la automatización del interior de edificios: influencia proyectual en el diseño de interiores. Aplicaciones posibles en seguridad, confort, gestión de la energía y comunicaciones.</p> <p>Mejora de edificaciones existentes. Ahorro de energía y sostenibilidad.</p> <p>Tipos de sistemas de control.</p> <p>Equipos y elementos de las instalaciones automatizadas. Sensores y actuadores.</p> <p>Redes domésticas. Realización de esquemas de instalaciones y memorias técnicas.</p> <p>Normativa de aplicación.</p>

Elementos tridimensionales para diseño de interiores	
Objetivo	<p>Formar en la creación de objetos y corpóreos para la ambientación de interiores. Estos objetos decorativos y de mobiliario pueden ser tanto los específicos para un proyecto determinado sin voluntad de producción en serie como otros de naturaleza efímera e innovadora. Se abre por tanto, la oportunidad con esta asignatura de investigar con la materia en el proyecto volumétrico y su aplicación a prototipos y piezas finales funcionales.</p>
Contenidos	<p>Teoría aplicada al diseño de interiores, de la morfología, estructura y configuración de artefactos y corpóreos.</p> <p>Materiales sostenibles y de fácil manipulación para la generación de elementos tridimensionales de la especialidad.</p> <p>Práctica de las técnicas básicas de construcción de elementos tridimensionales aplicados a la especialidad.</p> <p>Creación y pruebas de prototipos como estrategia de diseño.</p> <p>Diseño y construcción de mobiliario específico y efímero.</p> <p>Diseño y construcción de elementos decorativos murales, de compartimentación, iluminación y otros</p>

Luz y ambiente en diseño de interiores	
Objetivo	Profundizar en el manejo de los recursos visuales y perceptivos de la luz como un elemento fundamental en el proceso proyectual. Se trata de diseñar con la luz natural y artificial, entendiendo su empleo no como un acto meramente técnico y utilitario, sino como un material más.
Contenidos	La iluminación como elemento de diseño de interiores. Proceso de diseño e interacción con la iluminación. Iluminación natural, artificial y percepción del espacio interior: luz y sombra, recorrido de la luz, color. Percepción sobre y a través de materiales. Análisis del empleo de la iluminación natural y artificial en ejemplos notables. Aspectos funcionales y formales en la elección de luminarias y tipo de instalación en relación al espacio interior. Representación de la luz y el color en el proyecto de diseño de interiores. Recreación y estudio de la iluminación mediante modelos tridimensionales. Realización de la conceptualización y diseño de la iluminación en función de la actividad: ambiente doméstico, comercial, de elementos y espacios expositivos y de espacios de trabajo.

Diseño y promoción de la marca personal (optativa transversal)	
Objetivo	Conocer los recursos estratégicos y las técnicas que permitan al alumnado establecer valores identitarios propios, posibilitando el diseño de una marca personal a través de un código comunicativo que le represente, que le distinga como profesional del diseño y que le ayude a posicionarse profesionalmente en el mercado a través de los distintos soportes de comunicación social existentes.
Contenidos	Análisis situacional. Técnicas para la gestión de la información y el conocimiento. Diseño de imagen de marca personal: atributos de la marca. Proyección estratégica de la marca.

Introducción a la producción de eventos (optativa transversal)	
Objetivo	Abordar el proceso de planificación y gestión de eventos relacionados con las distintas disciplinas del diseño y las artes, teniendo en cuenta la diferente naturaleza de los mismos, tanto en actividades de difusión cultural como de promoción comercial. Conocer las distintas fases que articulan la preparación y gestión de un evento, los recursos materiales y humanos, así como el diseño espacial de los actos.
Contenidos	Requerimientos organizativos, materiales y técnicos de los eventos más usuales. Análisis de las necesidades del cliente. Protocolo aplicado a eventos. Preproducción y producción. Introducción al control de gastos. Control de tiempos. Agentes intervinientes y su coordinación: personal y técnicos, espectadores y usuarios, diseñadores, administración pública. Licencias y permisos administrativos. Comunicación, posicionamiento y promoción de eventos. Diseño y eventos: diseño espacial y organización temporal de eventos comerciales y culturales. Imagen corporativa en la gestión de eventos. Redacción de proyectos de organización de eventos.

DISEÑO DE MODA

TERCER CURSO

Diseño de moda hombre	
Objetivo	Desarrollar proyectos de moda masculina basados en procesos de innovación y perfeccionamiento de este tipo de productos, incidiendo especialmente en la excelencia, la calidad y el carácter profesional.
Contenidos	Metodologías para el diseño y la creación de moda para hombre. Análisis de creadores de moda hombre. Coherencia y creatividad en el desarrollo de la colección de moda para hombre. Patronaje, confección y materiales específicos para moda hombre. Fichas técnicas de las prendas diseñadas. Selección óptima de materiales para el diseño y la confección de las prendas. La sastrería masculina. Los acabados de las prendas.

Diseño para superficies textiles	
Objetivo	Dotar de los conocimientos y habilidades necesarios para generar ideas y desarrollar diseños aplicables a superficies textiles, adaptándose a las necesidades del mercado. Amplía los contenidos de la asignatura "Ilustración de moda".
Contenidos	Desarrollo de colección de estampados por repetición. Patrones. Tendencias. Técnicas analógicas y digitales de ilustración textil. Selección del diseño adecuado atendiendo al uso final de la superficie textil. Viabilidad del diseño atendiendo a la superficie y a la técnica. Presentación de diseños tanto en formato manual como digital. Preparación de archivos digitales para producción.

Técnicas de teñido y estampación	
Objetivo	Ofrecer una visión de conjunto sobre procedimientos con distintas materias tintóreas y sobre distintos soportes textiles y, a la vez, profundizar en la diversidad de técnicas de teñido y estampación, desde las tradicionales hasta las más actuales, desarrollando habilidades creativas y técnicas. Amplía y completa los contenidos de la asignatura "Ennoblecimiento textil".
Contenidos	Tintes naturales: descripción de los procedimientos y experimentación con diversas materias tintóreas de origen mineral, vegetal y animal. Tintes artificiales y tintes con efectos especiales: descripción de los procedimientos y experimentación con distintos grupos de tintes. Técnicas tradicionales y técnicas actuales de estampación: descripción de los procedimientos y experimentación con diversos sistemas. Selección de la técnica adecuada en función del soporte y del motivo a estampar. Aplicaciones creativas adaptando las ideas proyectuales a los condicionamientos de la industria textil. Estudio de problemas ecológicos y medioambientales derivados de los procesos de teñido y estampación.

Tecnología 2D y 3D para elaboración de prototipos (optativa transversal)	
Objetivo	Conocer y dominar los procesos de producción tecnológica necesarios para la creación de prototipos de diseño y, en algunos casos, productos finales de cualquiera de las especialidades. Se practicará con las diferentes tecnologías y tipos de prototipado existentes en el mercado, materiales específicos para cada procedimiento y archivos digitales de producción.
Contenidos	Práctica de la impresión sobre materiales diversos y aplicaciones finales sobre distintos soportes. Corte y grabado láser. Impresión 3D. Materiales y aplicaciones. Preparación de archivos digitales para producción. Práctica del proceso de producción integral del prototipo. Acabados. Verificación de los resultados del prototipado.

CUARTO CURSO

Alta costura	
Objetivo	Adquirir los conocimientos y las técnicas de confección necesarias para la materialización de diseños de alta costura y valorar la alta costura como un laboratorio de ideas donde se exploran nuevos procesos y técnicas artesanales que podrán incorporarse de forma más sencilla a otros ámbitos de la moda.
Contenidos	Metodologías para la creación de prendas de alta costura. Análisis de creadores de alta costura. Materiales, herramientas y técnicas de construcción de prendas de alta costura. Procesos y técnicas artesanales y experimentales para la alta costura. Aspectos tecnológicos de la alta costura. Los acabados en la alta costura. Componentes complementarios y ornamentales. Diseño de prendas usando técnicas de alta costura: innovación en las formas, tejidos y texturas.

Creatividad e innovación aplicadas al diseño de moda	
Objetivo	Conocer y aplicar formas de pensamiento creativo y estratégico, contribuyendo, a través de los proyectos de diseño de moda, a transmitir mensajes innovadores capaces de aportar valor al producto de diseño en el entorno social en el que se produce.
Contenidos	Creatividad: concepto y definición. Teóricos y teorías de la creatividad. Creatividad, innovación y desarrollo social. Personalidad creativa: características, niveles y potencialidades en diseño. Pensamiento creativo como modelo de desarrollo. Técnicas y metodologías para el proceso creativo. Entornos creativos: estrategias y dinámicas de trabajo. El producto creativo: clasificación y criterios de valoración. Innovación aplicada al diseño de moda. La innovación como herramienta capaz de aportar valor al producto de moda a través de los materiales, de los procesos de fabricación o de la sostenibilidad, con el fin de responder a las exigencias del mercado.

Diseño de calzado	
Objetivo	Comprender el proceso de creación de una colección de calzado desde la conceptualización de la idea, el diseño, el desarrollo y el prototipado, combinando la creatividad y la innovación con los condicionantes técnicos.
Contenidos	El diseño y la industria del calzado. Análisis de diseñadores y marcas de referencia. Innovación y tendencias. Anatomía del zapato: estructura y horma. Estudio de materiales en función de las construcciones. Patrones básicos. Diseño de una colección de calzado. Bocetos y dibujos técnicos. Investigación en texturas, materiales, volúmenes y color. Fichas técnicas. Desarrollo y confección de prototipos experimentales.

Diseño de moda infantil	
Objetivo	Generar propuestas creativas e innovadoras en el ámbito de la moda infantil resolviendo los problemas estéticos, funcionales, técnicos y de realización que se planteen durante el desarrollo y la ejecución del proyecto.
Contenidos	Metodologías para el diseño y la creación de moda infantil. Análisis de creadores actuales. Innovación y tendencias. Técnicas y herramientas para la producción de prendas de moda infantil. Patronaje y confección específicos. Condicionantes por edades. Fichas técnicas. Materiales propios de la moda infantil: características, propiedades y comportamiento. Selección óptima de materiales y complementos para el diseño y para la confección de las prendas infantiles. Desarrollo de proyectos de moda infantil.

Elementos tridimensionales para diseño de moda	
Objetivo	Crear objetos y corpóreos para la indumentaria y para cualquier sector de la moda susceptible de intervención volumétrica: creación de estructuras, reproducción de piezas, vestuario escénico, etc.
Contenidos	El objeto escultórico y su relación con la moda. Lenguajes escultóricos y espaciales relacionados con la indumentaria y la moda. Conceptos, procesos y técnicas volumétricas como herramientas creativas y formales del diseño de moda. Materiales sostenibles y de fácil manipulación para la generación de elementos tridimensionales para moda. Creación experimental del volumen para indumentaria. Práctica de las técnicas básicas de construcción de elementos tridimensionales aplicados al diseño de moda. Diseño de utilería, objetos y estructuras propias del diseño de moda. Creación y pruebas de prototipos como estrategia de diseño.

Fotografía para el editorial de moda	
Objetivo	Adquirir conocimientos sobre el proceso creativo y práctico que articula la creación de un editorial fotográfico, centrándose en uno de los perfiles profesionales del titulado en Diseño de Moda: la dirección artística. Conocer los distintos elementos y recursos que deben conjugarse para construir un discurso apelativo unitario.
Contenidos	El lenguaje fotográfico y su aplicación al editorial de moda: recursos expresivos.

	<p>Narratividad, historia, mensaje y valores. Búsqueda de tendencias. El equipo humano del editorial de moda. Estilos y técnicas de iluminación natural y artificial. Estilos y técnicas de retoque digital.</p>
--	--

Ilustración para el editorial de moda	
Objetivo	Adquirir las herramientas necesarias para desarrollar los conocimientos en el ámbito de la comunicación de moda a través de los diferentes canales: branding, comunicación visual y editorial.
Contenidos	<p>Introducción. Conceptos básicos. La ilustración de moda como identidad visual y comunicativa. Función, tipos y ámbitos. Tendencias y estilos. Los imaginarios gráficos. La ilustración para el editorial de moda: marca/firma, prensa impresa y/o digital</p>

Laboratorio de materiales textiles	
Objetivo	Profundizar en la diversidad de técnicas de producción y productos textiles, incluyendo todos los ámbitos relacionados con la investigación, el diseño, la manipulación y la creación de textiles, desarrollando habilidades técnicas y creativas así como explorando materiales con el fin de descubrir su potencial para aplicarlos en el trabajo diario del diseñador de moda.
Contenidos	<p>Manipulación de textiles y tratamientos de la superficie: descripción de los procedimientos y experimentación con diversas técnicas como plisados, mercerizados, arrugados, ahuecados, acolchados, recamados, apliques o superposiciones. Construcción de textiles tejidos y no tejidos en el laboratorio. Técnicas artesanales. Tecnologías tradicionales aplicadas a nuevos diseños. Métodos combinados. La intervención textil como método de innovación. Selección adecuada de materiales en el proceso de diseño: aplicaciones creativas supeditadas a los condicionantes técnicos. Estudio de problemas ecológicos y medioambientales derivados del proceso de experimentación con materiales.</p>

Diseño y promoción de la marca personal (optativa transversal)	
Objetivo	Conocer los recursos estratégicos y las técnicas que permitan al alumnado establecer valores identitarios propios, posibilitando el diseño de una marca personal a través de un código comunicativo que le represente, que le distinga como profesional del diseño y que le ayude a posicionarse profesionalmente en el mercado a través de los distintos soportes de comunicación social existentes.
Contenidos	<p>Análisis situacional. Técnicas para la gestión de la información y el conocimiento. Diseño de imagen de marca personal: atributos de la marca. Proyección estratégica de la marca.</p>

Introducción a la producción de eventos (optativa transversal)	
Objetivo	Abordar el proceso de planificación y gestión de eventos relacionados con las distintas disciplinas del diseño y las artes, teniendo en cuenta la diferente naturaleza de los mismos, tanto en actividades de difusión cultural como de promoción comercial. Conocer las distintas fases que articulan la preparación y gestión de un evento, los recursos materiales y humanos, así como el diseño espacial de los actos.
Contenidos	Requerimientos organizativos, materiales y técnicos de los eventos más usuales. Análisis de las necesidades del cliente. Protocolo aplicado a eventos. Preproducción y producción. Introducción al control de gastos. Control de tiempos. Agentes intervinientes y su coordinación: personal y técnicos, espectadores y usuarios, diseñadores, administración pública. Licencias y permisos administrativos. Comunicación, posicionamiento y promoción de eventos. Diseño y eventos: diseño espacial y organización temporal de eventos comerciales y culturales. Imagen corporativa en la gestión de eventos. Redacción de proyectos de organización de eventos.