Modelo de Mejora Continua	LÍNEA TECNOLÓGICA DEL PROGRAMA DISEÑO RED TECNOLÓGICA DISEÑO DE MODAS Y CONFECCIONES

DISEÑO DE ACCIONES DE FORMACION COMPLEMENTARIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA
52430474	GENERACION DE CONCEPTOS EN VALOR DE MARCA PARA EL SISTEMA DE LA MODA.
VERSIÓN: 1	SECTOR DEL PROGRAMA: INDUSTRIA
Vigencia del Programa	Fecha inicio Programa: 08/09/2020 Fecha Fin Programa: El programa aún se encuentra vigente
DURACIÓN MÁXIMA	48 horas
JUSTIFICACIÓN:	La industria de la moda se encuentra ubicada en el sector manufacturero e incluye los subsectores de confección, calzado, marroquinería y complementos en Colombia. Ha sido una industria representativa para el país, pero su economía es variable debido a las emergentes necesidades de consumo y a la influencia de mercados globales. Según la Unesco y el Banco Interamericano de Desarrollo (B.I.D) es una industria creativa, por ende hace que las ideas se trasformen en bienes o servicios cuyo valor se reflejado en las marcas que dinamizan las economía del país. Estudios de organizaciones como Inexmoda y las Cámaras de Comercio, identifican que mas del 90% del sector esta compuesto por pequeñas empresas y otro en su gran parte, lo constituyen organizaciones informales que desconocen los procesos y contextos del sistema para ser mas competitivos. Generar nuevos conceptos en valor de marca para la industria de la moda es indispensable y para esto, se deben conocer las diferentes dinámicas de la industria y dominar los conceptos básicos del sistema, estos cimientos son claves para apropiar el lenguaje universal propio de un sistema productivo y conceptualmente complejo. El sena, a través del programa de formación en Generación de nuevos conceptos en valor de marca para la industria de la moda presenta 3 fases clave; en la primera se analizan los factores del contexto productivo, tecnológico y social de acuerdo a proyecciones culturales y comerciales de la moda. El segundo permite definir los conceptos de innovación y tecnología, ubicando los productos o servicios que ofertan las empresas lideres; y en su ultima fase se establecen las herramientas para generar conceptos básicos de valor de marca, de acuerdo a las características del mercado y a las tendencias globales. Lo anterior con el fin de fortalecer desde una base de conocimiento solido factores que influencian los planes estratégicos de empresas ya establecidas o emprendimientos que impactan la economía de los departamentos Colombianos con productos o servicios de valor en el sistema de la moda. Fuentes: Benavente, J. M., José, M. G., & Matteo. (2017). Politicas públicas para la creatividad y la innovación. In Banco Interamericano de Desarrollo. Retrieved from https://publications.iadb.org/es/publicacion/17293/politicas-publicas-para-la-creatividad-y-la-innovacion-impulsando-la-economia Ministerio de Cultura. (s.f.). Se consolida la Economía Naranja colombiana. Recuperado 30 agosto, 2019, de http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/Se-consolida-la-Econom%C3%ADa-Naranja-colombiana.aspx
REQUISITOS DE INGRESO:	Cumplir con los requisitos y el procedimiento de selección establecido por el SENA en el centro de formación.

ESTRATEGIA METODOLÓGICA:	Centrada en la construcción de autonomía para garantizar la calidad de la formación en el marco de la formación por competencias y el uso de técnicas didácticas activas que estimulan el pensamiento de diseño, para la resolución de problemas simulados y reales; soportadas en el utilización de las tecnologías de la información y la comunicación, integradas, en ambientes abiertos y pluritecnológicos, que en todo caso recrean el contexto productivo y vinculan al aprendiz con la realidad cotidiana y el desarrollo de las competencias. Igualmente, debe estimular de manera permanente la autocrítica y la reflexión del aprendiz sobre el que hacer y los resultados de aprendizaje que logra a través de la vinculación activa de las cuatro fuentes de información para la construcción de conocimiento: El instructor - Tutor El entorno Las TIC El trabajo colaborativo

COMPETENCIA	
CÓDIGO:	DENOMINACIÓN
290601239	Proyectar vestuario según técnicas de diseño

ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA
DENOMINACIÓN
Caracterizar producto

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

DESCRIPCIÓN
RA2 DETERMINAR EL CONTEXTO TECNOLÓGICO Y PRODUCTIVO DE LA MARCA DE ACUERDO A LAS TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DEL PRODUCTO MODA.
RA3 PROPONER CONCEPTOS EN VALOR DE MARCA SEGÚN LAS CONDICIONES Y TENDENCIAS DEL MERCADO EN EL SISTEMA MODA.
RA1 ANALIZAR LOS CONCEPTOS DEL SISTEMA MODA ACORDES AL CONTEXTO PRODUCTIVO, TECNOLÓGICO Y SOCIAL.

3. CONOCIMIENTOS

3.1. CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS

RA1
MODA PRODUCTO CULTURAL : FUNDAMENTOS, FENÓMENOS SOCIALES, ECONÓMICOS Y POLÍTICOS, SECTOR PRODUCTIVO TEXTIL, CONFECCIÓN, DISEÑO Y MODA, MACRO TENDENCIAS.
CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN: FUNDAMENTOS, DEFINICIÓN, TIPOS.
ECONOMÍA NARANJA: FUNDAMENTOS, DEFINICIÓN, APLICACIONES.

SISTEMA MODA: FUNDAMENTOS, DEFINICIÓN, CLUSTER, CÁMARAS DE COMERCIO, ORGANIZACIONES ESTRATÉGICAS PUBLICAS Y PRIVADAS.

RA2
MODA PRODUCTO COMERCIAL: FUNDAMENTOS, SECTOR PRODUCTIVO MANUFACTURA, FERIAS COMERCIALES, INFORMES DE TENDENCIAS, PERFILES DEL CONSUMIDOR, TIPOLOGÍA DE PRODUCTO.
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN MODA: FUNDAMENTOS TÉCNICAS, MÉTODOS, TIPOS Y APLICACIÓN, MANEJO DE TICS, MOTORES DE BÚSQUEDA.
PRODUCTO MODA : FUNDAMENTOS, REFERENTES, ATRIBUTOS DE PRODUCTO, MARCAS, ADN DE MARCA.

RA3
MERCADEO DE MODA: FUNDAMENTOS, COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR, TENDENCIAS, COMUNICACIÓN DE PRODUCTO Y DE MARCA.
METODOLOGÍA DE CONCEPTUALIZACIÓN: FUNDAMENTOS, TÉCNICAS, DEFINICIÓN DE MÉTODOS DE DISEÑO, REQUERIMIENTOS DE DISEÑO.
TÉCNICAS DE IDEACIÓN: FUNDAMENTOS, STORY TELLING, TABLEROS DE DISEÑO(MOOD BOARD).

3.2. CONOCIMIENTOS DE PROCESO

RA1.
CONSULTAR INFORMACIÓN.
IDENTIFICAR FACTORES PRODUCTIVOS, TECNOLÓGICOS Y SOCIALES.
ARGUMENTAR PROCESO DE SELECCIÓN.

RA2
ANALIZAR CONTENIDO DE MARCA.
ESTABLECER LOS ATRIBUTOS DEL PRODUCTO O SERVICIO.
DEFINIR TENDENCIA.
DEFINIR METODOLOGÍA DE BÚSQUEDA.
PROCESAR DATOS.

RA3
SELECCIONAR EL MERCADO OBJETO DE ANÁLISIS.
IDENTIFICAR LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO.
DESARROLLAR CONCEPTOS DE MODA.
DOCUMENTAR EL PROCESO DE APLICACIÓN DE CONCEPTOS.
JUSTIFICAR CONCEPTOS DE VALOR DE MARCA.

4. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1.
CLASIFICA LOS FACTORES DEL CONTEXTO PRODUCTIVO, TECNOLÓGICO Y SOCIAL DE ACUERDO A LOS CONCEPTOS DEL SISTEMA MODA.
JUSTIFICA LOS CONCEPTOS DE INNOVACIÓN SEGÚN LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE SE OFERTAN EN EL MERCADOS DE LA INDUSTRIA DE LA MODA.

RA2.
UTILIZA MOTORES DE BÚSQUEDA ACORDE A LAS FUENTES SECUNDARIAS.
APLICA INSTRUMENTOS SEGÚN LA INFORMACIÓN RECOLECTADA.
IDENTIFICA LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE ACUERDO LAS TENDENCIAS GLOBALES.
DOCUMENTA LA INFORMACIÓN ACORDE LOS CONTEXTOS TECNOLÓGICOS Y PRODUCTIVOS.

RA3
SELECCIONA EL MERCADO OBJETO DE ANÁLISIS SEGÚN EL PERFIL Y HÁBITOS DEL CONSUMIDOR.
DEFINE CONCEPTOS ACORDES AL CONTEXTO DE MERCADO.
PROPONE CONCEPTOS DE VALOR SEGÚN LOS CRITERIOS DE LA MARCA PARA LA INDUSTRIA DE LA MODA.
ARGUMENTA LOS CONCEPTOS EN VALOR DE MARCA SEGÚN TÉCNICA DE CONCEPTUALIZACIÓN, MERCADO OBJETIVO Y COMUNICACIÓN DE PRODUCTO.

5. PERFIL TÉCNICO DEL INSTRUCTOR

Requisitos Académicos	REQUISITOS ACADÉMICOS ALTERNATIVA 1: TÍTULO PROFESIONAL UNIVERSITARIO EN EL NÚCLEO BÁSICO DE CONOCIMIENTO DE: DISEÑO ALTERNATIVA 2:
Competencias mínimas	HABILIDADES PEDAGÓGICAS: 1.INTERRELACIONA LOS ELEMENTOS Y REFERENTES DE LA PLANEACIÓN PEDAGÓGICA. 2. TRABAJA CON OTROS DE FORMA CONJUNTA Y COOPERATIVA. 3. COMPARTE LA EXPERTICIA TÉCNICA EN LA CONSECUCIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL EQUIPO. 4. UTILIZA HERRAMIENTAS PEDAGÓGICAS Y DIDÁCTICAS QUE RESPONDAN A LA POBLACIÓN SUJETO, MODALIDAD DE ATENCIÓN Y NIVEL DE FORMACIÓN. 5. EXPONE INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO DE FORMA CLARA, DIRECTA, CONCRETA Y ASERTIVA. 6. GENERA CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE INTERACCIONES FAVORABLES PARA EL PROCESO FORMATIVO EN UN CLIMA DE COMPRENSIÓN, AFECTO Y RESPETO MUTUO. 7. ASUME EL ROL DE ORIENTADOR Y GUÍA DE UN GRUPO O EQUIPO DE TRABAJO. 8. VALORA LOS AVANCES Y LOGROS EN EL PROCESO FORMATIVO. 9. RETROALIMENTA PERMANENTEMENTE A OTROS FRENTE A LAS SITUACIONES QUE SE PRESENTAN EN EL APRENDIZAJE O EN EL PROCESO FORMATIVO Y PLANTEA ALTERNATIVAS. 10.INTERPRETA LAS REALIDADES DEL ENTORNO, LAS REFLEXIONA, LAS VALORA Y LAS INTEGRA EN LOS PROCESOS Y PRODUCTOS DE LA FORMACIÓN. 11. DESARROLLA CONCEPTUALMENTE IDEAS DE MANERA ARGUMENTATIVA. COMPETENCIAS TÉCNICAS: 1. COMUNICA CONCEPTOS DE DISEÑO Y MARCA. 2. DETERMINA ESTRATEGIA CREATIVA Y ADMINISTRATIVAS PARA LA INDUSTRIA DE LA
Experiencia laboral y/o especialización	ALTERNATIVA 1: VEINTICUATRO (24) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DOCE (12) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DEL DISEÑO Y DOCE (12) MESES EN DOCENCIA. ALTERNATIVA 2: TREINTA (30) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA DISTRIBUIDA ASÍ: DIECIOCHO (18) MESES DE EXPERIENCIA RELACIONADA CON EL EJERCICIO DEL DISEÑO Y

CONTROL DEL DOCUMENTO

	NOMBRE	CARGO	DEPENDENCIA / RED	FECHA
Responsable del diseño	DIANA SORAYA MORENO BRAND	APROBAR ANALISIS	DIRECCION GENERAL. DIRECCIÓN GENERAL	07/09/2020
Responsable del diseño	IVAN MAURICIO TORRES TOBAR	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE DISEÑO TECNOLOGICO INDUSTRIAL. REGIONAL VALLE	07/09/2020
Responsable del diseño	DIANA SORAYA MORENO BRAND	ACTIVAR PROGRAMA	DIRECCION GENERAL. DIRECCIÓN GENERAL	08/09/2020
Responsable del diseño	ADRIANA XIMENA MONCAYO VELASCO	EQUIPO DE DISEÑO CURRICULAR	CENTRO DE MANUFACTURA EN TEXTILES Y CUERO. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	08/09/2020
Aprobación	DIANA SORAYA MORENO BRAND		DIRECCION GENERAL. DIRECCIÓN GENERAL	08/09/2020