

DISEÑO DE INDUMENTARIA III
1997

Los objetivos del tercer nivel se desarrollarán de la siguiente manera:

OBJETIVOS GENERALES:

-En esta última instancia como objetivo fundamental, se impone la necesidad del vínculo concreto del diseñador y su proyecto con la sociedad.

-El relevamiento, análisis, diagnóstico, desarrollo y resolución óptima de una problemática en particular, vinculada con una necesidad específica.

-Aplicar en forma correcta y satisfactoria todos los conocimientos adquiridos en años anteriores, para resolver en forma creativa problemáticas más complejas, a través de un análisis profundo e integral, teniendo presente la actitud receptiva y a la vez crítica, que debe tener el diseñador frente a su entorno, para luego recién, poder proponer soluciones coherentes en forma concreta.

-Materialización de la propuesta, luego de cumplir y desarrollar las diferentes etapas del proceso de diseño.

-Verificación de la misma a partir de la existencia de un comitente específico.

-Comprender el concepto de producto, y la relación entre usuario-diseñador-mercado-producto.

-Instrumentar y entrenar a los alumnos en el manejo correcto de todos los temas y subtemas que intervienen en la definición de un producto (mercado potencial, consumidor, tendencia, etc); profundizando conceptos de masividad y exclusividad.

-Enfatizar la importancia de la imagen como código de comunicación, que utiliza el diseñador con su comitente, comprendiendo la relación producto-imagen - contexto-ideología y sus consecuentes características objetivas y subjetivas.

-Graduar la participación del docente en la gestación de los proyectos incentivando la capacidad de autocrítica, con la finalidad de lograr el accionar independiente del alumno, cualidad indispensable en el desarrollo de la profesión.

UNIDAD II

OBJETIVO GENERAL

-Abordar el diseño de producto como una instancia importante en el área proyectual de la indumentaria. Entendiendo su complejidad, al conjugarse en él diversas problemáticas a resolver, las cuales deben coordinarse entre sí para lograr una unidad estética, ideológica, funcional y comercial en la propuesta.

Los objetivos específicos, enunciados y metodologías de trabajo están desarrollados en cada temática en particular.

