



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

MODIFICACIÓN DE LA CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN EMPRESAS TEXTILES Y DE LA MODA - ORDENANZA N° 1654 -

Buenos Aires, 28 de febrero de 2023

VISTO la Resolución N° 2219/23 del Decano ad-Referéndum del Consejo Directivo de la Facultad Regional Buenos Aires, a través de la cual solicita la modificación del diseño curricular de la carrera de Especialización en Gestión de la Innovación en Empresas Textiles y de la Moda, y

CONSIDERANDO:

Que el Consejo Superior aprobó por Ordenanza N° 1654 la Especialización en Gestión de la Innovación en Empresas Textiles y de la Moda como carrera de posgrado de la Universidad Tecnológica Nacional.

Que, en el tiempo transcurrido desde la creación de la carrera, la experiencia de cursada ha evidenciado que resulta necesario realizar una adaptación de contenidos de acuerdo con la realidad sectorial global y sus permanentes cambios, así como una adecuación de la carga horaria de cada curso.

Que la Comisión de Posgrado de la Universidad ha analizado los antecedentes que acompañan la solicitud y avala la presentación, 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 Estatuto Universitario.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Por ello,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL

ORDENA:

ARTÍCULO 1°.- Aprobar la modificación de los puntos 7. “Plan de Estudios” y 8. “Objetivos y contenidos mínimos” del Anexo I de la Ordenanza N° 1654 que crea la carrera de Especialización en Gestión de la Innovación en Empresas Textiles y de la Moda y aprueba su diseño curricular, según lo establecido en el Anexo I de la presente Ordenanza.

ARTICULO 2°.- Establecer que, en el caso de que el cursante hubiera iniciado la carrera en el marco del diseño curricular aprobado por Ordenanza N° 1654, se le aplicará el régimen de equivalencias que se indica en el Anexo II de la presente Ordenanza, en un todo de acuerdo con el Reglamento de Posgrado de la Universidad.

ARTÍCULO 3°.- Regístrese. Comuníquese y archívese.

ORDENANZA N° 1947

UTN
l.p.
p.f.d.
m.m.m.



Ministerio de Educación
 Universidad Tecnológica Nacional
 Rectorado

ORDENANZA N° 1947

ANEXO I

MODIFICACIÓN DE LA CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN EMPRESAS TEXTILES Y DE LA MODA - ORDENANZA N° 1654 -

7. PLAN DE ESTUDIOS

EJES	CURSOS	HORAS		
		Teóricas	Prácticas	Totales
Innovación	Marketing e imagen de marca	20	10	30
	Estrategias innovadoras de Comunicación en la moda	25	11	36
	Diseño en empresas textiles y de la moda	18	12	30
Gestión	Economías globales y comercio internacional	20	10	30
	Gestión de los Recursos Humanos	21	9	30
	Gerenciamiento de operaciones productivas en empresas textiles y de la confección	33	15	48
	Emprendedorismo y Gestión de proyectos	15	15	30
Sustentabilidad	Competitividad de los productos textiles: Innovación y sustentabilidad	21	9	30
	Sustentabilidad y Ecodiseño	16	8	24
	Responsabilidad Social Empresaria	15	9	24
Formación Profesional	Taller de Reflexión sobre la práctica profesional		30	30
	Seminario Integrador	15	18	33
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 disrupciones 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



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

- una 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

○ *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



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

○ **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.

○ **EMPRENDEDORISMO Y GESTIÓN DE PROYECTOS**

Objetivos

- Adquirir herramientas e instrumentos estratégicos y operativos para la planificación, gestión y



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

- desarrollo exitoso de proyectos y emprendimientos con el eje de la Identidad como factor clave.
- 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

- **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.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

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, 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.

○ *SUSTENTABILIDAD Y ECODISEÑO*

Objetivos

- Conocer y aplicar distintas herramientas que permitan evaluar la actividad de producción de la empresa o emprendimiento en términos de sustentabilidad.
- Aplicar metodologías de análisis de diseño a fin de mejorar el ciclo de vida productivo.

Contenidos Mínimos

Desarrollo sustentable. Problemática ambiental. Objetivos de desarrollo sustentable. Economía lineal y economía circular. Principios y estrategias. Diseño sustentable. Ecodiseño. Conceptos guía. Ecodiseño como estrategia innovativa. Ventajas competitivas. Antecedentes. Etiquetado y normativa. Herramientas metodológicas. Estrategias de análisis, diseño y rediseño. Innovación en el desarrollo de materiales. Nuevas perspectivas

○ *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA*

Objetivos

- Conocer las normativas internacionales y su aplicación en la Argentina en relación a la Responsabilidad Social Empresaria (RSE).



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

- Conocer los ejes que impactan en la informalidad laboral en nuestro país.
- Obtener una visión sistémica sobre las principales actuaciones que se pueden realizar en materia de RSE vinculándolas juntamente con otros pilares como son los Sistemas de Gestión de la Calidad, el cuidado del medio ambiente y las condiciones laborales.

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.

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.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

○ **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.

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.



Ministerio de Educación
 Universidad Tecnológica Nacional
 Rectorado

ORDENANZA N° 1947

ANEXO II

**EQUIVALENCIAS ENTRE EL PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE
 ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN EMPRESAS TEXTILES Y DE
 LA MODA APROBADO POR ORDENANZA N° 1654 Y SU MODIFICATORIA, LA
 ORDENANZA N° 1947**

CURSOS ORDENANZA N° 1654	CURSOS ORDENANZA N° 1947
Marketing e imagen de marca	Marketing e imagen de marca
Estrategias innovadoras de Comunicación en la moda	Estrategias innovadoras de Comunicación en la moda
Diseño en empresas textiles y de la moda	Diseño en empresas textiles y de la moda
Economías globales y comercio internacional	Economías globales y comercio internacional
Gestión de los Recursos Humanos	Gestión de los Recursos Humanos
Gerenciamiento de operaciones productivas en empresas textiles y de la confección	Gerenciamiento de operaciones productivas en empresas textiles y de la confección
Emprendedorismo y Gestión de proyectos	Emprendedorismo y Gestión de proyectos
Competitividad de los productos textiles: Innovación y sustentabilidad	Competitividad de los productos textiles: Innovación y sustentabilidad
Responsabilidad Social Empresaria y Sustentabilidad	Sustentabilidad y Ecodiseño
	Responsabilidad Social Empresaria
Taller de Reflexión sobre la práctica profesional	Taller de Reflexión sobre la práctica profesional
Seminario Integrador	Seminario Integrador
