



SOLUCIONARIO DE EVALUACIÓN

DISEÑO DE MODA

1. La moda trata de un conjunto de tendencias en el vestir (ropa, accesorios), en los estilos de vida y en las maneras de comportarse, que marcan o modifican (temporalmente) la conducta de una o varias personas.

a) Verdadero.

b) Falso.

2. El momento en el que surge el moderno significado de la moda, con un gran efecto unificador.

a) En la Edad Media.

b) En el siglo XIX.

c) En el Renacimiento.

d) En la Revolución Industrial.

3. Se desató una diversidad de formas y estilos, la mujer se estiliza, suaviza sus formas y se valoriza la suavidad y la textura de las telas, el algodón fue destronado por la lycra y se dio paso a las botas y zapatones. Esto ocurre en:

a) Los años 50 y 60.

b) Los años 70.

c) Los años 80.

d) Los años 90.

4. La gente se identifica a través de la ropa con su grupo social, profesional o cultural, ya que intuitivamente se siente protegida por la solidaridad que la une:

a) Verdadero.

b) Falso.

5. Las personas que están muy pendientes de la moda, y cambian su vestuario tan pronto como esta se renueva, se conocen como:

a) Los anticuados.

b) Los clásicos.

c) Los lanzadores.

d) Los seguidores.

6. La moda aplicada al diseño de vestuario y en especial a la indumentaria que se lleva por parte de un grupo socialmente más importante, hegemónico o exclusivo, no es capaz de influir en los demás.

a) Verdadero.

b) Falso.

7. Aunque la moda se puede seguir a cualquier edad, la persona que se considera favorita para la moda es;

a) Los niños.

b) Los adolescentes.

c) La mujer joven.

d) La mujer mayor.

8. La moda es una costumbre iniciada para:

a) Una minoría de la población, generalmente la gente de clase alta.

b) Una minoría prestigiada que llega a la sociedad a través de los medios de comunicación.

c) La mayoría de la población.

d) Todas las opciones anteriores son correctas.

9. Las víctimas de la moda, dada su debilidad para marcarse límites, gastan grandes cantidades de dinero en productos y marcas de lujo esperando que la imagen que proyectan sea proporcional al coste de esas prendas.

a) Verdadero.

b) Falso.

10. La ropa producida es vendida en establecimientos comerciales por personal adecuado. La venta a menudo es introducida por la promoción, que puede incluir desfiles, revistas, periódicos, catálogos e internet.

a) Verdadero.

b) Falso.

11. El proceso de estilismo comporta la selección y la experimentación con multitud de prendas alternativas hasta lograr la composición perfecta.

a) Verdadero.

b) Falso.

12. Un tipo de vestuario, que considera a la persona alocada, y que suelen usar prendas fuera de lo común y mezclar estilos, sobreponer prendas y combinar diferentes colores y texturas, se conoce como:

a) Tradicional.

b) Creativo.

c) Elegante.

d) Urbano.

13. Un estilo de moda que permite la comodidad y son de forma sencilla y elegante, se conoce como:

a) Elegante.

b) Romántico.

c) Exótico.

d) Casual.

14. Una prenda de alta costura normalmente es hecha para varios clientes de la misma talla, confeccionada específicamente con las medidas y para las posturas corporales de los que la usarán:

a) Verdadero.

b) Falso.

15. En alta costura, un tipo de tejido formado por fibras suaves, fuertes y ligeras y que se utilizan para la confección de prendas para la época de invierno, como suéteres, bufandas y sombreros, se conoce como:

a) Algodón.

b) Seda.

c) Cashmere.

d) Cuero.

16. En la industria de la moda las marcas y diseñadores que producen Pret – á – Porter trabajan y diseñan tomando como referencia medidas que corresponden a las tallas estándares de la mayoría de las personas.

a) Verdadero.

b) Falso.

17. Un tipo de moda que perdura en el tiempo aunque sufra altibajos, se la conoce como:

a) Moda pasajera.

b) Moda cíclica.

c) Moda costumbre o clásica.

d) Ninguna de las opciones anteriores es correcta.

18. La vida de un producto de moda pasa por diversas fases. La fase donde estilistas y empresas, dan unas interpretaciones creativas de sus exigencias en una moda, se conoce como:

- a) **Introducción.**
- b) Crecimiento.
- c) Madurez.
- d) Decline.

19. Una de las pautas destacadas para la inspiración en el trabajo creativos es:

- a) Comprometerse con la moda.
- b) Mirar las cosas con perspectiva y tener un referente.
- c) Crear un espacio lo más inspirador y motivador posible.
- d) **Todas las opciones anteriores son correctas.**

20. Los blogs de moda se han convertido en un interesante fenómeno que mueve el interés de empresarios y periodistas, pero también provoca el rechazo de algunos especialistas en diseño, estilismo y tendencias.

- a) **Verdadero.**
- b) Falso.

21. El diseño es la integración de requisitos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, ergonomía con efectos psicológicos y materiales, forma, color, volumen y espacio, todo ello

pensado e interrelacionado con el medio ambiente que rodea a la humanidad.

a) Verdadero.

b) Falso.

22. Algunos de los factores que influyen en el proceso de diseño son:

a) Observar y analizar el medio.

b) Evaluar necesidades y proyectar soluciones para las mismas.

c) Ver, construir y ejecutar, llevando a la vida la idea inicial.

d) Todas las opciones anteriores son correctas.

23. Un principio básico del diseño, que hace referencia a cómo los elementos dentro de un objeto se relacionan con el objeto en su totalidad, se conoce como:

a) Balance y equilibrio.

b) Ritmo y movimiento.

c) Proporción y escala.

d) Armonía y unidad.

24. La forma, la medida, el color y la textura, son elementos del diseño que se clasifican en:

a) Elementos conceptuales.

b) Elementos visuales.

c) Elementos de relación.

d) Elementos prácticos.

25. La representación, el significado y la función son elementos del diseño que clasifican en:

a) Elementos conceptuales.

b) Elementos visuales.

c) Elementos de relación.

d) Elementos prácticos.

26. Una repetición más compleja donde los cargos de una prenda son trabajados en aumento o disminución de tamaños, se conoce como:

a) Ritmo.

b) Balance.

c) Gradación.

d) Contraste.

27. Una silueta donde los hombros están a la misma altura que las caderas y la cintura está poco definida, se conoce como:

a) Ovalada.

b) Rectangular o columna.

c) Reloj de arena.

d) Triangular.

28. Las líneas reflejan el comportamiento de otros factores de costura, como el color y la textura. La caída de la tela no está relacionada con la línea que define la forma de la prenda, ni con el color.

a) Verdadero.

b) Falso.

29. Los distintos tipos de líneas que existen en el diseño de ropa son:

a) Líneas del cuerpo y silueta.

b) Líneas de los detalles.

c) Líneas de las prendas.

d) Todas las opciones anteriores son correctas.

30. En diseño textil, el color es uno de los elementos más importantes, ya que es una de las primeras decisiones que toma un diseñador. Un diseñador textil, tal como uno con especialidad en prendas, considera que el color y las combinaciones de color evocan una sensación o el estado de ánimo de su diseño.

a) Verdadero.

b) Falso.

31. El canon sirve para el estudio de las proporciones del cuerpo humano.

Por ello:

a) Se sitúa el pubis en el centro de la figura, el pecho coincidiendo con la primera línea y las manos se sitúan a diferente altura, al igual que las rodillas.

- b) Se sitúa el pubis en el centro de la figura, el pecho coincidiendo con la primera línea, las manos se sitúan a diferente altura, al igual que las rodillas, se hace tanto para hombres como para mujeres.
- c) Se sitúa el pubis en el centro de la figura, el pecho coincidiendo con la segunda línea, algo más bajo en la mujer al igual que sucede con el ombligo, las manos se sitúan a la misma altura, al igual que las rodillas.
- d) Ninguna de las opciones anteriores es correcta.

32. Como el niño es una persona en constante y rápida evolución es difícil concretar un canon, aunque se puede establecer uno aproximado:

- a) Cinco cabezas para niños de dos años.
- b) Seis cabezas entre seis y doce años.
- c) Siete cabezas entre los doce y los quince años.
- d) Todas las opciones anteriores son correctas.

33. En el dibujo de figurines de moda, el decidir una pose para el croquis, se realiza en la fase de:

- a) Dibujo del boceto.
- b) Dibujo del croquis.
- c) Dibujo de la ropa y accesorios.
- d) Al final del dibujo.

34. Para dibujar el área de la pelvis del figurín, hay que dibujar un cuadrado con lados iguales a diferentes lados de la línea de balance,

donde la pelvis está en el cuerpo pélvico. El tamaño depende de lo ancho que se quiera que sea tu modelo.

a) Verdadero.

b) Falso.

35. Con un tipo de línea, es suficiente para el dibujo de los dobleces de la ropa que lleva el figurín:

a) Verdadero.

b) Falso.

36. Dibujar esquemas planos, se utilizan para:

a) Ver cómo queda la ropa en el figurín.

b) Ver la ropa sin pliegues ni dobleces en el dibujo.

c) Ver la ropa como si estuviera sobre una superficie plana.

d) Ver la ropa del revés.

37. La creatividad es la capacidad de generar nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que habitualmente producen soluciones originales.

a) Verdadero.

b) Falso.

38. La creatividad se puede dividir en varios niveles. Un nivel que permite el incremento numérico del producto, el afinamiento de detalles que lo hacen más apto y atractivo, es:

- a) El nivel expresivo.
- b) El nivel innovador.
- c) El nivel productivo.**
- d) El nivel emergente.

39. Un nivel de creatividad donde el sujeto transforma el medio comunicando resultados únicos y relevantes, y que debe captar las implicaciones y las relaciones existentes entre los elementos, se lleva a cabo en:

- a) El nivel expresivo.
- b) El nivel inventivo.
- c) El nivel emergente.
- d) El nivel innovador.**

40. Las técnicas de creatividad se presentan como una herramienta eficaz en la concepción de ideas y en la búsqueda de soluciones más idóneas frente a un problema con varias alternativas.

- a) Verdadero.**
- b) Falso.

41. Una colección es el conjunto de diseños y modelos que un modisto crea con una coherencia en materia de estilos y que se encontrará destinada a una etapa del año concreta: primavera / verano, otoño / invierno.

a) Verdadero.

b) Falso.

42. Antes de comenzar a crear, desarrollar y materializar una colección de moda se debe de:

a) Definir el usuario y el rubro.

b) Decidir para qué ocasión se diseña.

c) Decidir para qué momento del día se diseña.

d) Todas las opciones anteriores son correctas.

43. Para llevar a cabo la creación de una colección, es necesario tener inspiración. Por ello, un método que consiste en una dirección visual y sensorial que utiliza la metáfora y la analogía en vez de detalles específicos y concretos, hace referencia a:

a) Collage.

b) Board de inspiración.

c) Moodboard.

d) Ninguna de las opciones anteriores es correcta.

44. La segunda fase en la creación de una colección de moda es:

a) Definición del estilo.

b) Elaborar los patrones.

c) Seleccionar los tejidos.

d) Definir la colección.

45. La realización de fichas de una colección de moda se facilitará el trabajo del diseñador, al igual que podrá transmitir de mejor forma lo que quiere que se consiga en los procesos de la confección, ya que mediante estas fichas podrá incluir todos los detalles de su estilo.

a) Verdadero.

b) Falso.

46. Se debe de elaborar una ficha artística de cada diseño-prototipo, y elaborarlas con todo tipo de detalles para que el patronista o modista pueda entender claramente lo que se quiere conseguir con la confección de la prenda.

a) Verdadero.

b) Falso.

47. Cada diseñador o empresa de moda tiene un modo particular de realizar sus fichas de las prendas.

a) Verdadero.

b) Falso.

48. Los figurines de la ficha artística deben de mostrar:

- a) Idea sobre el colorido.
- b) Idea sobre las formas.
- c) Ideas sobre aspectos intangibles.
- d) **Todas las opciones anteriores son correctas.**

49. Un lugar donde el diseñador tiene la posibilidad de mostrar a sus clientes las prendas en su totalidad, con sus terminaciones, materialidades, detalles constructivos y permitir que se aprecien, prueben y evalúen mejor, es:

- a) En las ferias.
- b) En la web.
- c) **En boutiques.**
- d) En catálogos.

50. Respecto a los lugares donde se muestran las colecciones de los diseñadores, un lugar donde se puede ofrecer información acerca de la formación profesional del diseñador, su perfil, información de la marca, desde cuándo se encuentra en el mercado, a qué se dedica, cómo lo hace, sus puntos de ventas, mostrar la colección de temporada y las anteriores en:

- a) En las ferias.
- b) En las boutiques.
- c) En los catálogos.
- d) **En los sitios web.**

51. Las herramientas CAD o CADD (diseño y dibujo asistido por computadora) permiten hacer uso de las tecnologías informáticas para el diseño y la documentación sobre diseño. El software de diseño reemplaza los dibujos a mano con procesos automatizados.

a) Verdadero.

b) Falso.

52. ¿En qué época se reconoce una cierta autonomía creadora de moda, circunscrita solamente a los ornamentos del vestuario pero como decoradores, ya que poseían la capacidad de adornar y / o ennoblecer los trajes con los medios de fantasía de moda como sombreros, cofias, pasamanería, guantes, abanicos, chales, etc.?

a) En el Antiguo Régimen.

b) En el siglo XVI.

c) En la segunda mitad del siglo XVIII.

d) En la segunda mitad del siglo XIX.

53. En la actualidad, los diseñadores de moda:

a) Pueden especializarse en un tipo de ropa.

b) Pueden hacer ropa a medida para los demandantes.

c) Pueden trabajar para el mercado de masas.

d) Todas las opciones anteriores son correctas.

54. Durante el proceso de producción de la ropa, los diseñadores de modas no pueden dar consejos y ni resolver cualquier problema sobre el corte

o la costura, ya que de eso se encargan los profesionales de corte y confección.

a) Verdadero.

b) Falso.

55. En cuanto a las habilidades y características del diseñador de moda, éste debe de:

a) Poseer habilidades creativas y estéticas.

b) Tener interés por la moda y las nuevas tendencias.

c) Tener capacidad de tratar con la crítica.

d) Todas las opciones anteriores son correctas.

56. Para tener éxito como diseñador de moda, hay que tener en cuenta que:

a) Un diseñador nace, no se hace.

b) Sólo es necesario hacer dibujos bonitos.

c) Debe manejar las proporciones de manera adecuada.

d) Debe de saber que el éxito es instantáneo.

57. ¿En qué época se computarizaron el escalado de las piezas de vestir (tallas) y la marcada (corte sobre el tejido), aunque de una forma bastante precaria?

a) En la década de los 50.

b) En la década de los 60.

c) En la década de los 70.

d) En la década de los 80.

58. Una aplicación utilizada para la creación, edición o retoque de imágenes compuestas por mapa de bits (gráficos rasterizados), es:

a) Adobe photoshop.

b) Adobe ilustrador.

c) Tecnologías CAM.

d) Todas las opciones anteriores son correctas.

59. La aplicación que permite controlar las fases de materialización de una prenda, entre las que se incluyen principalmente el patronaje, el escalado, la marcada y el corte es:

a) Adobe photoshop.

b) Adobe ilustrador.

c) Tecnologías CAM.

d) Todas las opciones anteriores son correctas.

60. En los últimos años, el software de diseño vectorial CorelDRAW se ha convertido en el programa más utilizado en el ámbito del diseño de moda profesional, ya que es la suite más completa del mercado para el diseñador de moda o figurinista profesional.

a) Verdadero.

b) Falso.

61. El marketing mix es un pilar fundamental para que la empresa obtenga los objetivos empresariales con la menor inversión posible y que consiga lograr la mayor rentabilidad para la empresa.

a) Verdadero.

b) Falso.

62. El marketing es el proceso que engloba únicamente la fase de venta del producto.

a) Verdadero.

b) Falso.

63. En el proceso de marketing es necesario tener en cuenta unos conceptos básicos. Una variable intrínseca al crecimiento por cuota de cliente, hace referencia a:

a) La estrategia.

b) La propuesta de valor.

c) La percepción.

d) El beneficio.

64. Un tipo de marketing que trata de llamar la atención utilizando medios y técnicas más baratas, al alcance de cualquier bolsillo, se conoce como:

a) Marketing directo.

b) Marketing de servicios.

c) Marketing de guerrillar.

d) Marketing global.

65. Un tipo de marketing que persigue captar clientes, diferenciarlos por tipo de mercado y por supuesto fidelizarlos, hace referencia al:

a) Marketing empresarial.

b) Marketing mix.

c) Marketing relacional.

d) Marketing industrial.

66. El trabajo en un equipo de marketing de la moda puede implicar:

a) Ser el encargado de eventos especiales.

b) Trasladar los mejores elementos de una colección para mostrarlos a los editores.

c) Estar abierto a realizar cualquier función de comercialización de la moda.

d) Todas las opciones anteriores son correctas.

67. El papel de la comercialización de la moda tiene la finalidad de captar la atención de los consumidores potenciales hacia a su mundo en constante cambio utilizando técnicas de comunicación, como la publicidad, las relaciones públicas y el periodismo.

a) Verdadero.

b) Falso.

68. Un consumidor de moda que participa en un ambiente social exigente, donde busca reconocimiento y aceptación, se considera:

- a) Contemporáneo.
- b) Vanguardista.
- c) Tradicional.**
- d) Neo-tradicional.

69. El factor básico que determina la aportación del producto a los resultados de la empresa y que va a dar lugar al éxito o fracaso del producto, se lleva a cabo con:

- a) La política del producto.
- b) La política de precios.**
- c) La política de distribución.
- d) Todas las opciones anteriores son correctas.

70. Respecto a las políticas de distribución de un producto de moda, la política que se lleva a cabo a través del mayor número de puntos de venta posible y se vende, habitualmente, mediante mayoristas y detallistas, es conocida como:

- a) Política de distribución intensiva.**
- b) Política de distribución selectiva.
- c) Política de distribución exclusiva.
- d) Ninguna de las opciones anteriores es correcta.