

MODA

INFORMAÇÕES GERAIS

APRESENTAÇÃO

O curso de Moda visa fornecer uma compreensão abrangente dos conceitos, técnicas e práticas do setor da moda, capacitando os participantes a atuar nas áreas de criação, produção, gestão e marketing de moda, além de desenvolver habilidades criativas e técnicas para trabalhar com tendências e estilos.

OBJETIVO

Preparar os participantes para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades no mundo da moda e adquirir conhecimentos sobre as principais influências e movimentos na moda, processos de criação e desenvolvimento de coleções e o desenvolvimento de projetos práticos, como criação de coleções e campanhas de marketing.

METODOLOGIA

Concebe o curso MODA, numa perspectiva de Educação a Distância – EAD, visando contribuir para a qualificação de profissionais de educação que atuam ou pretendem atuar na área.

Código	Disciplina	Carga Horária
5343	Desenho De Moda	60

APRESENTAÇÃO

Dados introdutórios sobre a moda. Desenho de moda. Design de moda. Moda em alinhamento com desenho e a cultura. Sistema da moda. Resignificação da moda. A moda, a comunicação e a expressão. Código da moda. Fases do desenho de moda. Representação gráfica. Sentidos alinhados ao vestuário. Projeto de moda. Ferramentas utilizadas para desenvolver o desenho de moda. Figura humana e o desenho de moda. Desenvolvimento dos desenhos de moda. desenhos de crianças, trajes e detalhes.

OBJETIVO GERAL

O objetivo desta disciplina é despertar no aluno a clareza sobre como a moda desempenha o seu papel na sociedade, como ocorre o seu sistema, para que, assim, possa compreender as técnicas e meio de expressão do desenho de moda nos diferentes cenários da sociedade.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Entender a moda como um todo, definindo seus principais conceitos.
- Discernir sobre o desenho de moda, entendendo como ele se desenvolveu e se transformou com o passar dos anos.
- Definir o conceito de design de moda, discernindo sobre sua importância e aplicação no mercado da moda contemporâneo.
- Identificar os componentes culturais intrínsecos ao desenho de moda.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – A MODA, O DESENHO E A CULTURA

FUNDAMENTOS DA MODA

DESENHO DE MODA

DESIGN DE MODA

A MODA ALINHADA AO DESENHO E À CULTURA

UNIDADE II – SISTEMA DA MODA

SISTEMA DA MODA E SEUS REFLEXOS NO CONSUMO

MODA E RESSIGNIFICAÇÃO

MODA, COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

CÓDIGOS DA MODA

UNIDADE III – SENTIDOS DO VESTUÁRIO

DO DESENHO DE MODA À AMBIÊNCIA SOCIOCULTURAL

REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DO VESTUÁRIO

OS SENTIDOS E O VESTUÁRIO

PROJETO DE MODA

UNIDADE IV – REPRESENTAÇÃO GRÁFICA NA MODA

FERRAMENTAS PARA O DESENHO DE MODA

A FIGURA HUMANA NO DESENHO DE MODA

DESENHANDO O MODELO DE VESTUÁRIO

DESENHANDO CRIANÇAS, TRAJES E DETALHES

REFERÊNCIA BÁSICA

CARDOSO. Leandro C. **História da moda e indumentária**. Recife: Telesapiens, 2022

CARDOSO. Leandro C. **Visual merchandising**. Recife: Telesapiens, 2022

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

OLIVEIRA, Gustavo Silva. **Análise e pesquisa de mercado**. Recife: Telesapiens, 2022

PERIÓDICOS

GIUNTINI, Felipe Taliar.; CORCINI, Luiz Fernando. **Análise de mercado e tendências**. Recife: Telesapiens, 2022.

OLIVEIRA, Tatiana Souto Maior de. **Estratégias de marketing**. Recife: Telesapiens, 2022.

5345	História da Moda e da Indumentária	60
------	------------------------------------	----

APRESENTAÇÃO

Fundamentos da moda e indumentária estabelecendo uma linha do tempo, apresentado etimologias e definições de indumentária e de moda, comunicação, cultura e seu significado. A indumentária e representações sociais, econômicas e culturais nas sociedades antigas e medievais, na antiguidade, Império Bizantino, Europa Feudal, a revitalização comercial e urbana e seu impacto na indumentária, e a formação das monarquias nacionais europeias e o comportamento dos nobres. Do renascimento cultural ao século XIX e a transição para o século XX, abordando o Renascimento, Moda Império, Romantismo, Era Vitoriana e a Belle époque. História da moda e indumentária nos séculos XX e XXI, abordando as guerras mundiais e suas implicações na indumentária e na moda, o pós-guerra e o *Prêt-à-porter*, as décadas 1960, 1970, 1980, moda contemporânea e o Brasil em busca de uma identidade.

OBJETIVO GERAL

Esta disciplina tem por objetivo contextualizar a história da moda e da indumentária, estabelecendo uma cronologia desde a sociedade medieval até a moda contemporânea no contexto mundial e brasileiro.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Compreender a dinâmica da indumentária e da moda na linha do tempo.
- Analisar as etimologias e definições de indumentária e de moda.
- Conceituar e tipificar moda e indumentária, relacionando-as com a comunicação e a cultura.
- Definir moda, indumentária e seu significado.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – MODA E INDUMENTÁRIA

INDUMENTÁRIA E MODA NA LINHA DO TEMPO
ETIMOLOGIAS E DEFINIÇÕES DE INDUMENTÁRIA E DE MODA
MODA, INDUMENTÁRIA, COMUNICAÇÃO E CULTURA
MODA, INDUMENTÁRIA E SIGNIFICADO

UNIDADE II – INDUMENTÁRIA NAS SOCIEDADES ANTIGAS E MEDIEVAIS

O LUXO E O MONOPÓLIO DA SEDA NA ERA GRECO-ROMANA E BIZANTINA
ESTILOS ROMÂNICO E GÓTICO NA EUROPA FEUDAL
REVITALIZAÇÃO COMERCIAL E URBANA E SEU IMPACTO NA INDUMENTÁRIA
O ESTILO DOS NOBRES NAS MONARQUIAS NACIONAIS EUROPEIAS

UNIDADE III – INDUMENTÁRIA DO RENASCIMENTO CULTURAL AO SÉCULO XIX

A MODA NO RENASCIMENTO, BARROCO E ROCOCÓ
A MODA IMPÉRIO
A MODA NO ROMANTISMO
A MODA NA ERA VITORIANA E A BELLE ÉPOQUE

UNIDADE IV – A INDUMENTÁRIA NOS SÉCULOS XX E XXI

GUERRAS MUNDIAIS E SUAS IMPLICAÇÕES NA INDUMENTÁRIA E NA MODA
O PÓS-GUERRA E O PRÊT-À-PORTER
A MODA NAS DÉCADAS DE 1960 A 1980
A MODA CONTEMPORÂNEA A PARTIR DOS ANOS 1990

REFERÊNCIA BÁSICA

BORTOLON, OKUMURA; Breve História da Moda Brasil. Nova Alexandria, 2018

BRAGA, João; PRADO, Luís André do. História da moda no Brasil: das influências às autorreferências. 2. ed. Disal Editora, 2019.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

COSGRAVE, Bronwyn. História da indumentária e da Moda. Tradução: Ana Resende. Brasil. GG. Moda. 2012

NERY, Louise. A Evolução da Indumentária. Editora Senac. São Paulo. 2003.

PERIÓDICOS

VASQUES, Ronaldo; SIMILI, Ivana. Indumentária e moda. Maringá. Editora Da Universidade Estadual De Maringá, 2013.

5344	Mercado Da Moda	60
------	-----------------	----

APRESENTAÇÃO

Conceituando moda e a sua abrangência no mercado. A marca como fator marcante na indústria da moda. Importância de estabelecer um Público-alvo. A moda e as suas tendências. Administração e planejamento de produção. Sistemas de produção. Planejamento e controle da produção na indústria do vestuário. Métodos de controle da qualidade dos confeccionados. Conceituando Marketing e o Marketing de mercado. Ciclo de vida do produto da moda. Pesquisa, Marketing e o Dimensionamento e segmentação de mercado. O comportamento do consumidor. A capacidade de empreender. Características e tipos de empreendedorismo. Perfil do empreendedor no mercado da moda. Desenvolvimento do plano de negócio com foco no mercado de moda.

OBJETIVO GERAL

O objetivo desta disciplina é despertar no aluno a clareza sobre como funciona o mercado da moda, seu crescimento, novas marcas, novos meios de propagação e disseminação.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Conceituar moda e a sua abrangência no mercado.
- Discernir sobre a importância da a marca na indústria da moda.
- Identificar o público-alvo de uma grife.
- Prever as tendências da moda com base na história recente.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

UNIDADE I – O QUE É O MERCADO DA MODA

CONCEITUANDO MODA E A SUA ABRANGÊNCIA NO MERCADO

A MARCA COMO FATOR DETERMINANTE NA INDÚSTRIA DA MODA

A IMPORTÂNCIA DE ESTABELECE UM PÚBLICO-ALVO DE UMA MARCA DE MODA

A MODA E AS SUAS TENDÊNCIAS

UNIDADE II – SISTEMA DE PRODUÇÃO DE MODA

ADMINISTRAÇÃO E PLANEJAMENTO DE PRODUÇÃO EM MODA

SISTEMAS DE PRODUÇÃO DE MODA

PLANEJAMENTO E CONTROLE DA PRODUÇÃO NA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO

MÉTODOS DE CONTROLE DA QUALIDADE DOS CONFECCIONADOS

UNIDADE III – MARKETING DE MODA

CONCEITOS FUNDAMENTAIS DO MARKETING

CICLO DE VIDA DO PRODUTO DA MODA

PESQUISA, DIMENSIONAMENTO E SEGMENTAÇÃO DO MERCADO DA MODA

O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE VESTUÁRIO E MODA EM GERAL

UNIDADE IV – EMPREENDEDORISMO NO SETOR DE MODA

A CAPACIDADE DE EMPREENDER: CENÁRIOS E CASES DE SUCESSO

CARACTERÍSTICAS E TIPOS DE EMPREENDEDORISMO NO MERCADO DE MODA

PERFIL DO EMPREENDEDOR NO MERCADO DA MODA

PLANO DE NEGÓCIO COM FOCO NO MERCADO DE MODA

REFERÊNCIA BÁSICA

CARDOSO. Leandro C. **História da moda e indumentária**. Recife: Telesapiens, 2022

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

CARDOSO. Leandro C. **Visual merchandising**. Recife: Telesapiens, 2022

OLIVEIRA, Gustavo Silva. **Análise e pesquisa de mercado**. Recife: Telesapiens, 2022

PERIÓDICOS

GIUNTINI, Felipe Taliar.; CORCINI, Luiz Fernando. **Análise de mercado e tendências**. Recife: Telesapiens, 2022.

Avaliação será processual, onde o aluno obterá aprovação, através de exercícios propostos e, atividades programadas, para posterior. O aproveitamento das atividades realizadas deverá ser igual ou superior a 6,0 (seis) pontos, ou seja, 60% de aproveitamento.

SUA PROFISSÃO NO MERCADO DE TRABALHO

..Destina-se a estudantes de Design de Moda e áreas relacionadas que buscam complementar sua formação acadêmica ou recém-formados que desejam ingressar no mercado de trabalho com um conhecimento para atuarem em design, criação e produção de moda.