

IFRS CAMPUS ERECHIM

CURSO TÉCNICO EM PRODUÇÃO DE MODA

PROGRAMA POR COMPONENTES CURRICULARES

1º Semestre	Nº 1	História e Cultura de Moda	Hora/Aula: 72 h Hora/Relógio: 60 h
-------------	------	----------------------------	---------------------------------------

Objetivo Geral

Proporcionar o entendimento e a compreensão da moda através dos séculos com foco na reflexão sobre a moda como fenômeno social.

Ementa

A moda como fenômeno histórico, cultural e social. Movimentos socioculturais e psicossociais aplicados à indumentária. História da arte, da moda e sua relação com os contextos sociais, econômicos e políticos, da pré-história até a contemporaneidade. História e cultura afro-brasileira, africana e indígena com ênfase na moda. Direitos Humanos relacionados à construção social da moda.

Bibliografia Básica

BRAGA, João. **História da moda**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.
CRANE, Diane. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2006.
GODART, Frédéric. **Sociologia da moda**. São Paulo: Editora Senac, 2010.

Bibliografia Complementar

ANAWALT, Patricia Rieff. **A história mundial da roupa**. São Paulo: Editora Senac, 2011.
DEL NERO, Cyro. **Com ou sem a folha da parreira: a curiosa história da moda**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007. (Coleção saberes de moda)
CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Senac, 2008.
LAVER, James. **A roupa e a moda: uma história concisa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
VITA, Ana Carlota R. **História da maquiagem, da cosmética e do penteado: em busca de perfeição**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2008.

1º Semestre	Nº 2	Processos Criativos	Hora/Aula: 36 h Hora/Relógio: 30 h
-------------	------	---------------------	---------------------------------------

Objetivo geral

Estimular o pensamento criativo por meio de técnicas e ferramentas aplicáveis à produção de moda.

Ementa

Criatividade: conceitos, técnicas e ferramentas. O pensamento criativo. Criatividade e inovação. Processos criativos aplicáveis à produção de moda.

Bibliografia Básica

MORRIS, Bethan. **Fashion illustrator: manual do ilustrador de moda**. Tradução Iara Biderman. 2. ed. São Paulo: Cosac Naiy, 2009.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e design**. Tradução Edson Fumankiewicz e Sandra Figueiredo. Porto Alegre: Bookman, 2009.
OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. São Paulo: Vozes, 2009.

Bibliografia Complementar

AGUIAR, Titta. **Personal stylist: guia para consultores de imagem**. 4. ed. São Paulo: SENAC, 2003.
BLACKMAN, Cally. **100 anos de moda**. São Paulo: Publifolha, 2012.
CATELLANI, Regina Maria. **Moda ilustrada de A a Z**. São Paulo: Monole, 2003.
HALLAWEL, Philip. **À mão livre: a linguagem do desenho**. São Paulo: Melhoramentos, 2006.
SORGER, Richard; UDALE, Jenny. Fundamentos de design de moda. Tradução Joana Figueiredo/Diana Aflalo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

1º Semestre	Nº 3	Composição de Imagem de Moda	Hora/Aula: 36 h Hora/Relógio: 30 h
--------------------	-------------	-------------------------------------	---

Objetivo geral

Estudar os princípios e elementos da comunicação visual a fim de desenvolver a capacidade de análise e percepção visual necessárias no processo de criação e composição de imagens de moda.

Ementa

Comunicação visual: princípios e elementos. Processos de composição de imagens de moda. Composições visuais conceituais e comerciais associadas à produção de moda.

Bibliografia Básica

HOPKINS, John. **Desenho de Moda**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011.
MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
WONG, Wucius. **Princípios de forma e desenho**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

Bibliografia Complementar

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5 ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.
HALLAWEL, Philip. **À mão livre: a linguagem do desenho**. São Paulo: Melhoramentos, 2006.
MATHARU, Gurmit (Scherer, Camila Bisil Brum). **O que é design de moda?**. Porto Alegre: Bookman, 2011.
PEDROSA, Israel. **O universo da cor**. Rio de Janeiro. SENAC Nacional, 2006.
GOMES FILHO, João. **Design do objeto: bases conceituais: design do produto, design gráfico, design de moda, design de ambientes, design conceitual**. São Paulo: Escrituras, 2006.

1º Semestre	Nº 4	Projeto Interdisciplinar I: Pesquisa e Criação de Imagem de Moda	Hora/Aula: 72 h Hora/Relógio: 60 h
-------------	------	---	---

Objetivo Geral

Desenvolver atividades voltadas à interdisciplinaridade dos conhecimentos e integrar os conteúdos referentes à Pesquisa e Criação de Imagem de Moda, estabelecendo uma relação efetiva para a construção do conhecimento técnico e científico do profissional.

Ementa

Atividade interdisciplinar: desenvolvimento de projeto e execução de pesquisa e criação de imagem de moda em todos os seus aspectos.

Bibliografia Básica

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

CRANE, Diane. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2006.

MORRIS, Bethan. **Fashion illustrator: manual do ilustrador de moda**. Tradução Iara Biderman. 2. ed. São Paulo: Cosac Naiy, 2009.

Bibliografia Complementar

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde; BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 5 ed. São Paulo: Edgard Blucher, 2006.

HOPKINS, John. **Desenho de Moda**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamentos de design de moda**. Tradução Joana Figueiredo/Diana Aflalo. Porto Alegre: Bookman, 2009.

CRANE, Diane. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2006.

2º Semestre	Nº 5	Composição de Ambiente de Moda	Hora/Aula: 72 h Hora/Relógio: 60 h
-------------	------	---------------------------------------	---

Objetivo Geral

Proporcionar o entendimento na construção de vitrines e definição estética de todo o interior do ponto de venda.

Ementa

Técnicas de Merchandising Visual e Vitrinismo. Fundamentos e concepções estéticas do ponto de venda a partir de conceitos de arquitetura e design de interiores. Uso e aplicação de ferramentas, materiais, cores, texturas, formas, iluminação, aroma e sons na execução do visual merchandising e vitrinismo. Projeto de vitrine: tipos e estilo de vitrines e displays.

Bibliografia Básica

AGUIAR, Titta. **Personal stylist: guia para consultores de imagem**. São Paulo: Senac, 2003.

DEMETRESCO, Sylvia. **Vitrina: construção de encenações**. São Paulo: Senac, 2010.

BLESSA, Regina. **Merchandising no ponto de venda**. São Paulo: Atlas, 2009.

Bibliografia Complementar

BLESSA, Regina. **Merchandising no ponto de venda**. São Paulo: Atlas, 2009.

GROSE, Virginia. **Merchandising de moda**. São Paulo: GG Brasil, 2013.

SACKRIDER, Françoise. **Entre vitrinas: distribuição e visual merchandising na moda**. São Paulo: SENAC, 2009.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e design**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

WAJNMAN, Solange; ALMEIDA, Adilson José de. **Moda, comunicação e cultura: um olhar acadêmico**. 2.ed. São Paulo: Arte & Ciencia, 2005.

2º Semestre	Nº 6	Pesquisa e Comportamento de Consumo	Hora/Aula: 72 h Hora/Relógio: 60 h
--------------------	-------------	--	---

Objetivo geral

Estabelecer relações entre a pesquisa de moda e o comportamento do consumidor levando em conta aspectos do visagismo voltados à produção de moda.

Ementa

Pesquisa de moda: classificação, métodos e ferramentas. Estilos de vida: personalidade e comportamento do consumidor de moda. Visagismo aplicado à produção de moda.

Bibliografia Básica:

HALLAWELL, Phillip. **Visagismo: harmonia e estética**. São Paulo: SENAC, 2008.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda: a relação pessoa-objeto**. São Paulo: Estação das Letras, 2008.

SEIVEWRIGHT, Simon. **Pesquisa e design**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

Bibliografia Complementar:

AGUIAR, Titta. **Personal stylist: guia para consultores de imagem**. São Paulo: Senac, 2012.

DNA Brasil: tendências e conceitos emergentes para as 5 regiões brasileiras. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

RIEZU, Marta Dominguez. **Coolhunters**. São Paulo: Senac, 2011.

SCHIFFMANN, Leon; KANUK, Leslie. **O comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: Edit. Livros Técnicos e Científicos Ltda, 2009.

COSTA, Eduardo Ferreira. **Comprador de moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

2º Semestre	Nº 7	Informática Básica	Hora/Aula: 72 h Hora/Relógio: 60 h
--------------------	-------------	---------------------------	---

Objetivo Geral

Proporcionar o entendimento e a compreensão de informática básica visando a construção do conhecimento de programas de texto, planilhas eletrônicas e programas de apresentação, além do funcionamento da internet.

Ementa

Fundamentos de Informática. Principais conceitos de hardware e software. Entendimento e operação de sistemas operacionais. Entendimento e operação de processadores de texto, planilhas eletrônicas e programas de apresentação. Compreensão do funcionamento da internet e uso de suas principais ferramentas para pesquisa científica e trabalho do profissional do moda.

Bibliografia Básica

COSTA, Edgard Alves. **BrOffice.org: da teoria à prática**. São Paulo: Brasport, 2007.
COX, Joyce; PREPPERNAU, Joan. **Microsoft Office Word 2007: passo a passo**. Porto Alegre: Bookman, 2007.
PREPPERNAU, Joan; COX, Joyce. **Windows Vista: passo a passo**. Porto Alegre: Artmed, 2007.

Bibliografia Complementar

CAIÇARA JÚNIOR, Caiçara. **Informática, internet e aplicativos**. Curitiba: Ibpe, 2007.
CORNACHIONE JÚNIOR, Edgard B. **Informática aplicada às áreas de contabilidade, administração e economia**. São Paulo. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.
COX, Joyce; PREPPERNAU Joan. **Microsoft Office PowerPoint 2007: passo a passo**. Porto Alegre: Artmed, 2008.
FRYE, Curtis. **Microsoft Office Excel 2007: rápido e fácil**. Porto Alegre: Artmed, 2008.
SANTANA FILHO, Ozeas Vieira. **Introdução à internet**. São Paulo: SENAC, 2006.

2º Semestre	Nº 8	Projeto Interdisciplinar II: Produção de Visual Merchandising	Hora/Aula: 72 h Hora/Relógio: 60 h
--------------------	-------------	--	---

Objetivo Geral

Desenvolver atividades voltadas à interdisciplinaridade dos conhecimentos e integrar os conteúdos referentes à Produção de Visual Merchandising, estabelecendo uma relação efetiva para a construção do conhecimento técnico e científico do profissional.

Ementa

Atividade interdisciplinar: desenvolvimento de projeto e execução de ambientação de moda em todos os seus aspectos.

Bibliografia Básica

AGUIAR, Titta. **Personal stylist: guia para consultores de imagem**. São Paulo: Senac, 2003.
BLESSA, Regina. **Merchandising no ponto de venda**. São Paulo: Atlas, 2009.
MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda: a relação pessoa-objeto**. São Paulo: Estação das Letras, 2008.

Bibliografia Complementar

DEMETRESCO, Sylvia. **Vitrine: construção de encenações**. São Paulo: Senac, 2010.
GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
GROSE, Virginia. **Merchandising de moda**. São Paulo: GG Brasil, 2013.
SCHIFFMANN, Leon; KANUK, Leslie. **O comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: Edit. Livros Técnicos e Científicos Ltda, 2009.
WAJNMAN, Solange; ALMEIDA, Adilson José de. **Moda, comunicação e cultura: um olhar acadêmico**. 2.ed. São Paulo: Arte & Ciencia, 2005.

3º Semestre	Nº 9	Produção de Texto Aplicado à Moda	Hora/Aula: 36 h Hora/Relógio: 30 h
--------------------	-------------	--	---

Objetivo Geral

Desenvolver habilidades relacionadas à argumentação, coesão e coerência necessárias à produção de textos científicos relacionados à publicidade de moda

Ementa

Interpretação e produção de textos científicos, com ênfase nos aspectos de argumentação, coesão e coerência, aplicados a publicidade de moda.

Bibliografia Básica

KOCH, Ingedore Villaça; ELIAS, Vanda Maria. **Ler e compreender os sentidos do texto**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. **Da fala para a escrita: atividades de retextualização**. 9. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

GARCIA, Othon M. **Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar**. 27. ed. São Paulo: FGV, 2010.

Bibliografia Complementar

CUNHA, Celso Ferreira da; CINTRA, Luís F. Lindley. **Nova gramática do português contemporâneo**. 5. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

FIORIN, José Luiz; SAVIOLI, Francisco Platão. **Para entender o texto: leitura e redação**. 17. ed. São Paulo: Ática, 2007.

KOCH, Ingedore Villaça; TRAVAGLIA, Luiz Carlos. **A coerência textual**. 17. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

_____. **A coesão textual**. 21. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

BECHARA, Evanildo. **Moderna gramática portuguesa**. 37. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

3º Semestre	Nº 10	Fotografia e Styling de Moda	Hora/Aula: 72 h Hora/Relógio: 60 h
--------------------	--------------	-------------------------------------	---

Objetivo Geral

Desenvolver as habilidades inerentes a fotografia profissional e edição de imagens, com o objetivo de apresentar material publicitário adequado as exigências inerentes a este profissional.

Ementa

Técnicas fotográficas e recursos de captura e composição da imagem aplicadas a produção de material publicitário de moda.

Bibliografia Básica

KELBY, Scott. **Fotografia digital na prática**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2011.

MARRA, Cláudio; AMBROSIO, Renato. **Nas sombras de um sonho: história e linguagem da fotografia de moda**. São Paulo: Senac, 2008.

MCASSEY, Jacqueline. **Styling de moda**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2013.

Bibliografia Complementar

CRANE, Diana; BUENO, Maria Lucia (Org.). **Ensaio sobre moda, arte e globalização cultural**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

FEGHALI, Marta Kasznar; DWYER, Daniela. **As engrenagens da moda**. 2. ed. Rio de Janeiro: Senac, 2010.

INSTITUTO ITAÚ CULTURAL. **A invenção de um mundo**. São Paulo: Itaú Cultural, 2009.

JOFFILY, Ruth. **Produção de Moda**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2011.

PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). **Design de moda: olhares diversos**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

3º Semestre	Nº 11	Computação Gráfica Aplicada à Moda	Hora/Aula: 72 h Hora/Relógio: 60 h
--------------------	--------------	---	---

Objetivo Geral

Proporcionar o aprendizado de técnicas e conceitos básicos de computação gráfica aplicada à moda que vise facilitar a edição de imagens de moda.

Ementa

Computação gráfica aplicada ao desenvolvimento de material publicitário de moda por meio de softwares de vetorização, diagramação e edição de imagens.

Bibliografia Básica

CAMARENA, Elá. **Desenho de moda no CorelDRAW X5**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2011.
FRANCO, Jeferson Cardoso; FRANCO, Ana. **Como elaborar trabalhos acadêmicos nos padrões da ABNT aplicando recursos de informática**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2006.
NIEDERST ROBBINS, Jennifer. **Aprenda Web design**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.

Bibliografia Complementar

ALBERTIN, Alberto Luiz; MOURA, Rosa Maria de (Colab.). **Administração de informática: funções e fatores críticos de sucesso**. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2009.
CAIÇARA JUNIOR, Cícero. **Informática, Internet e Aplicativos**. Curitiba, PR: Ibepex, 2007.
JUNGHANS, Daniel. **Informática aplicada ao desenho técnico**. Curitiba: Base Editorial, 2010.
SANTANA FILHO, Ozeas Vieira. **Introdução à internet**. São Paulo: SENAC, 2006.
VELLOSO, Fernando de Castro. **Informática: conceitos básicos**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

3º Semestre	Nº 12	Projeto Interdisciplinar III Produção de Publicidade de Moda	Hora/Aula: 36 h Hora/Relógio: 30 h
--------------------	--------------	---	---

Objetivo Geral

Desenvolver atividades voltadas à interdisciplinaridade dos conhecimentos e integrar os conteúdos referentes à Produção de Publicidade de Moda, estabelecendo uma relação efetiva para a construção do conhecimento técnico e científico do profissional.

Ementa

Atividade interdisciplinar: desenvolvimento de projeto e produção de material publicitário de moda em todos os seus aspectos.

Bibliografia Básica

AGUIAR, Titta. **Personal stylist: guia para consultores de imagem**. São Paulo: Senac, 2003.
GARCIA, Othon M. **Comunicação em prosa moderna: aprenda a escrever, aprendendo a pensar**. 27. ed. São Paulo: FGV, 2010.
KELBY, Scott. **Fotografia digital na prática**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2011.

Bibliografia Complementar

CAMARENA, Elá. **Desenho de moda no CorelDRAW X5**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2011.
GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.
GUERRA, Luiz Cavalcanti de M. **A publicidade é um cadáver que nos sorri**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2009.
JOFFILY, Ruth. **Produção de Moda**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2011.
PIRES, Dorotéia Baduy (Org.). **Design de moda: olhares diversos**. São Paulo: Estação das Letras e

Cores, 2008.

4º Semestre	Nº 13	Marketing e Negócios de Moda	Hora/Aula: 36 h Hora/Relógio: 30 h
--------------------	--------------	-------------------------------------	---

Objetivo Geral

Proporcionar o entendimento do ambiente de marketing e negócios de moda de forma a suportar a sua compreensão e crítica sobre os elementos necessários para o gerenciamento dos processos inerentes a área.

Ementa

Marketing na empresa de moda e estratégias de negócios aplicados ao mercado da moda. Planejamento estratégico e gestão da organização de moda. Educação ambiental: sustentabilidade nos negócios de moda.

Bibliografia Básica

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice hall, 2010.
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing: conceitos, exercícios e casos**. São Paulo: Atlas, 2009.
MEADOWS, Toby. **Como montar e gerenciar uma marca de moda**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Bibliografia Complementar

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J.Paul. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2010.
DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. São Paulo, SP: Atlas, 2006.
FRINGS, Gini Stephens. **Moda: do conceito ao consumidor**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
IRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda: a relação pessoa-objeto**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.
KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice hall, 2010.

4º Semestre	Nº 14	Styling Aplicado à Produção de Eventos de Moda	Hora/Aula: 36 h Hora/Relógio: 30 h
--------------------	--------------	---	---

Objetivo geral

Compreender o conceito de styling, aplicando seus fundamentos no processo de produção de eventos de moda.

Ementa

Conceito de styling. Styling para eventos de moda. O profissional stylist: atribuições e atuação no mercado de moda. Composição de briefing para eventos de moda.

Bibliografia básica

AGUIAR, Titta. **Personal stylist: guia para consultores de imagem**. São Paulo: Senac, 2012.
ANDRADE, Maria. JOFFILY, Ruth. **Produção de moda**. São Paulo: SENAC, 2012.
RODRIGUES, Borja. VILASECA, Estel. **Como fazer um desfile de moda**. São Paulo, SENAC, 2011.

Bibliografia complementar

FISCHER, Anette. **Construção de vestuário: ação ou processo de construir vestimentas**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

HALLAWELL, Philip. **Visagismo integrado: identidade, estilo e beleza**. São Paulo: SENAC, 2010.

JOFFILY, Ruth. **Produção de Moda**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2011.

MCASSEY, Jacqueline. **Styling de moda**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2013.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamentos de design de moda**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009.

4º Semestre	Nº 15	Processos de Organização e Planejamento de Desfiles de Moda	Hora/Aula: 72 h Hora/Relógio: 60 h
--------------------	--------------	--	---

Objetivo geral

Compreender a dinâmica de funcionamento dos desfiles de moda, aplicando conhecimentos relacionados aos processos de organização e formalização no planejamento deste tipo de evento.

Ementa

Desfiles de moda: planejamento, classificação e tendências contemporâneas. Calendário dos desfiles nacionais e internacionais. Ficha técnica para desfiles de moda.

Bibliografia Básica

JOFFILY, Ruth. **Produção de Moda**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2011.

MESQUITA, Cristiane (Org.); FAÇANHA, Astrid (Org.). **Styling e criação de imagem de moda**. São Paulo: Senac, 2013.

RODRIGUES, Borja. VILASECA, Estel. **Como fazer um desfile de moda**. São Paulo, SENAC, 2011.

Bibliografia Complementar

HALLAWELL, Philip. **Visagismo integrado: identidade, estilo e beleza**. São Paulo: SENAC, 2010.

MCASSEY, Jacqueline. **Styling de moda**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2013.

MONNEYRON, Frederic. **A moda e seus desafios**. São Paulo: SENAC, 2007.

FEGHALI, Marta Kasznar; DWYER, Daniela. **As engrenagens da moda**. 2. ed. Rio de Janeiro: Senac, 2010.

PEZZOLO, Dinah Bueno. **Por dentro da moda: definições e experiências**. São Paulo: SENAC, 2009.

4º Semestre	Nº 15	Projeto Interdisciplinar IV Produção de Eventos de Moda	Hora/Aula: 108 h Hora/Relógio: 90 h
--------------------	--------------	--	--

Objetivo Geral

Desenvolver atividades voltadas à interdisciplinaridade dos conhecimentos e integrar os conteúdos referentes à Produção de Eventos de Moda, estabelecendo uma relação efetiva para a construção do conhecimento técnico e científico do profissional.

Ementa

Atividade interdisciplinar: desenvolvimento de projeto e produção de desfile de moda em todos os seus aspectos.

Bibliografia Básica

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice hall, 2010.

MESQUITA, Cristiane (Org.); FAÇANHA, Astrid (Org.). **Styling e criação de imagem de moda**. São Paulo: Senac, 2013.

VILASECA, Estel. **Como fazer um desfile de moda**. São Paulo: Senac, 2011.

Bibliografia Complementar

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

JOFFILY, Ruth. **Produção de Moda**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2011.

MCASSEY, Jacqueline. **Styling de moda**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2013.

MEADOWS, Toby. **Como montar e gerenciar uma marca de moda**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SORGER, Richard; UDALE, Jenny. **Fundamentos de design de moda**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009.