



PLANO DIDÁTICO – ENSINO REMOTO EMERGENCIAL

DISCIPLINA: MARKETING E COMUNICAÇÃO DE MODA	CÓDIGO: G05MCMO0.01
--	-------------------------------

Período Letivo Remoto: 2021 / 2º

Carga Horária: Total: 30 horas Créditos: 02

Modalidade: (Teórica)

Classificação do Conteúdo pelas DCN: ESPECÍFICA

Departamento/Coordenação: Departamento de Informática, Gestão e Design

Professor (a): Antônio Guimarães campos

Técnicas e Plataformas Utilizadas
Plataforma Acadêmica: SIGA-A
Plataforma TEAMS (aula síncronas)
Atividades assíncronas (Estudo de caso, Produção de vídeos, Resenha, Participação em fóruns, Participação em Lives e Webinar, Trabalho em grupo e Estudo dirigido)
Apoio ao Ensino: Moodle
Metodologias ativas de ensino

Atividades Avaliativas	Valor
Trabalho Individual: Desenvolvimento da Marca Autoral	30
Relatório Individual: de Palestra o Desenvolvimento de Marca Própria	10
Relatório Individual do Conteúdo do site Use Fashion	20
Estudo Dirigido Individual: Marketing e o comportamento do consumidor, Noções de publicidade e propaganda, mix de comunicação, mix de marketing, eventos e merchandising	20
Estudo Dirigido Individual: Consumidor do futuro 2022	20
Total	100

Cronograma			
Data	Descrição da Atividade	Síncrona	Assíncrona
18/10/2021	- AULA INAUGURAL. - O que é <i>personal branding</i> ou marca pessoal?	X	
25/10/2021	- Desenvolvimento da Marca Autoral	X	
08/11/2021	- Criação de uma marca a partir do nome do estudante: "O profissional designer de moda como marca."	X	
22/11/2021	- Palestra: "Desenvolvimento de Marca Própria"	X	
29/11/2021	- Planejamento estratégico e processo de marketing. Plano de Marketing. A cadeia de fornecimento na moda	X	
06/12/2021	- Conteúdo do site Use Fashion: guias completos sobre negócios, criação de coleções e vendas		X
13/12/2021	- Marketing e o comportamento do consumidor	X	
20/12/2021	- Marketing de Moda e Consumo	X	

10/01/2022	- Noções de publicidade e propaganda		
17/01/2022	- Mix de comunicação - Mix de marketing, eventos e merchandising	X	
24/01/2022	- Estudo Dirigido: Marketing e o comportamento do consumidor, Noções de publicidade e propaganda, mix de comunicação, mix de marketing, eventos e merchandising	X	
31/01/2022	- Semana de estudos autônomos	X	
07/02/2022	- O Consumidor do futuro 2022	X	
14/02/2022	- Estudo Dirigido: Consumidor do futuro 2022	X	

Bibliografia Adicional:	
1	BRANDSTER- BRANDING SCHOOL. Disponível em: < https://www.linkedin.com/school/brandster-branding-school/ >. Acesso em: 04 out. 2021.
2	ROCKCONTENT. Investa no <i>personal branding</i> para ajudar na construção da sua marca. Disponível em: < https://rockcontent.com/br/blog/personal-branding/#:~:text=Conte%20uma%20hist%C3%B3ria&text=Ningu%C3%A9m%20quer%20te%20ouvir%20gritar,bem%20pessoais%20de%20se%20comunicar >. Acesso em: 10 out. 2021.
3	USEFANSHION. Disponível em: < HTTPS://WWW.USEFASHION.COM/CONTE%C3%BADOS-GRATUITOS >. Acesso em: 08 out. 2021.

Professor (a) responsável: Antônio Guimarães Campos	Data: 18/10/2021
--	---------------------

Coordenadora do curso: Lucília Lemos	Data: 18/10/2021
---	---------------------



Emitido em 27/03/2022

PLANO DE ENSINO Nº 241/2022 - DIGDDV (11.60.04)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 27/03/2022 09:46)

ANTONIO GUIMARAES CAMPOS
PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO
CTPMDV (11.50.31)
Matrícula: 1609865

(Assinado digitalmente em 27/03/2022 18:21)

LUCILIA LEMOS DE ANDRADE
COORDENADOR - TITULAR
CDMODDV (11.51.25)
Matrícula: 3345876

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <https://sig.cefetmg.br/documentos/> informando seu número:
241, ano: **2022**, tipo: **PLANO DE ENSINO**, data de emissão: **27/03/2022** e o código de verificação: **04430d7ede**