

DISCIPLINA: VITRINISMO E VISUAL MERCHANDISING **CÓDIGO:** G05VVME0.01

VALIDADE: Início: **08/2022**

Término: **12/2022**

Carga Horária: Total: 30 horas/aula Semanal: 2 aulas Créditos: 2

Modalidade: () Teórica () Prática (X) Teórica e Prática

Classificação do Conteúdo pelas DCN: Básica

Ementa:

Fundamentos e conceitos de marketing. Visual merchandising e a vitrine. Relação do ambiente com a exposição de produtos, espaços customizados, manequins de loja, displays e comportamento de compra do consumidor. Identificação dos principais materiais de merchandising em ponto de vendas.

Cursos	Período	Eixo	Obrig.	Optativa
Design de Moda	6	GESTÃO E COMUNICAÇÃO EM MODA	X	

Departamento/Coordenação: Departamento de Informática, Gestão e Design

INTERDISCIPLINARIDADES

Pré-requisitos	Código
MARKETING E COMUNICAÇÃO DE MODA	G05MCM00.01
Co-requisitos	
Não há	

Objetivos: *A disciplina devesse possibilitar ao estudante*

1	Fornecer conhecimento teórico e prático sobre os conceitos do visual merchandising, apresentar as principais ferramentas de comunicação visual e possíveis adequação no ponto de venda para facilitar e atrair as vendas e divulgação dos produtos de moda. Envolver de forma interdisciplinar a criação de uma vitrina com os produtos produzidos na disciplina "Planejamento e desenvolvimento de coleção comercial".
---	---

Avaliações

-Atividade 1 - Cases de Sucesso, Visual Merchandising - 20 pts - 08/09/2022. -Atividade 2 - Do esboço à Maquete, formas alternativas de criação - 20 pts - 27/10/2022. -Atividade 3 - Relatório de Palestra - 20 pts - 10/11/2022. -Atividade Final - Execução de projeto de vitrine - 40 pts - 15/12/2022.
--

Métodos Didáticos

-Aulas expositivas e estudos de casos da área. -Planejamento e desenvolvimento de projetos para eventos. -Trabalhos em grupo e individuais. -Apresentações de trabalhos. -Execução de eventos protótipos ou simulados.
--

Atividades Complementares:

Pesquisas e Palestras.
Filmes e documentários.

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	Noções de Marketing e Merchandising: Público Alvo Persona da Marca Branding de Marca	5
2	Contexto histórico da vitrine. Vitrinismo e a comunicação visual Funções e tipos de Vitrynes Questões legais e legislação das Vitrynes brasileiras	5
3	Estudo de Elementos compositivos Suportes Materiais Manequins Formas, linhas, equilíbrio, proporção e repetição. Aplicação e aspectos da luz e sombra nas vitrynes.	10
4	Criação e execução de vitryne Projeto de vitryne experimental	10
Total / Carga Horária		30

Bibliografia Básica

Bacharelado em Design de Moda		Plano de	—
Ensino		Campus: V Divinópolis	
1	SACKRIDER, Françoise. Entre vitrinas: distribuição e visual merchandising na moda. São Paulo: SENAC, 2009.		
2	BLESSA, Regina. Loja perfeita : merchandising, estratégico, tático e visual. São Paulo: Blessa, 2020.		
3	CARABETTI, Raymundo. Marketing promocional para mercados competitivos. São Paulo: Atlas, 2003.		

Bibliografia Complementar	
1	BARROS, L.R. Miller. A Cor no Processo Criativo: Um Estudo Sobre A Bauhaus e a Teoria de Goethe. São Paulo: Atlas, 2005.
2	MEADOWS, Toby. Como Montar e Gerenciar uma Marca de Moda. Porto Alegre: Bookman,, 2010.
3	MIRANDA, A. Paula. Consumo de Moda: A Relação Pessoa-Objeto. Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008.



Emitido em 22/08/2022

PLANO DE ENSINO Nº 1053/2022 - DIGDDV (11.60.04)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 22/08/2022 22:24)

MARCELO LORENTZ RICARDO

PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO

DIGDDV (11.60.04)

Matrícula: 3275622

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <https://sig.cefetmg.br/documentos/> informando seu número:
1053, ano: **2022**, tipo: **PLANO DE ENSINO**, data de emissão: **22/08/2022** e o código de verificação: **c241fc8167**