

## Plano de Ensino

<b>CAMPUS DIVINÓPOLIS</b>	
<b>DISCIPLINA:</b> Vitrinismo e Visual Merchandising	<b>CÓDIGO:</b> G05VVME0.01

Início: **07/2021**

**Carga Horária:** Total: 30 horas/aula

Semanal: 2 aulas/aula

Créditos: 2

**Natureza:** (Teórica-Prática)

**Área de Formação - DCN:** (Básica)

**Departamento que oferta a disciplina:** Departamento de Informática, Gestão e Design

### 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.

Curso(s)	Período	Eixo	Obrigatória	Optativa
Design de Moda	6°	Gestão e Comunicação em Moda	X	

### INTERDISCIPLINARIDADES

#### Prerrequisitos-

Marketing e Comunicação De Moda

#### Correquisitos-

Não se aplica

#### Objetivos: *A disciplina deverá possibilitar ao estudante*

1	Fornecer conhecimento teórico e prático sobre os conceitos do visual merchandising
2	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
3	Envolver de forma interdisciplinar a criação de uma vitrina com os produtos produzidos na disciplina "Planejamento e desenvolvimento de coleção comercial".

Unidades de ensino		Carga-horária Horas/aula
1	Noções de Marketing e Merchandising.	5
2	Contexto histórico da vitrine.	5
3	Estudo de Elementos compositivos.	10

### Plano de Ensino

4	Criação e execução de vitrine.	10
<b>Total</b>		30

#### Bibliografia Básica

1	SACKRIDER, Françoise. <b>Entre vitrinas: distribuição e visual merchandising na moda.</b> São Paulo: SENAC, 2009.
2	BLESSA, Regina. <b>Loja perfeita : merchandising, estratégico, tático e visual.</b> São Paulo: Blessa, 2020.
3	CARABETTI, Raymundo. <b>Marketing promocional para mercados competitivos.</b> São Paulo: Atlas, 2003.

#### Bibliografia Complementar

1	BARROS, L.R. Miller. <b>A Cor no Processo Criativo: Um Estudo Sobre A Bauhaus e a Teoria de Goethe.</b> São Paulo: Atras, 2005.
2	GOMBRICH, E. H. <b>Os usos das imagens: estudos sobre a função social da arte e da comunicação visual.</b> Porto Alegre: Bookman, 2012.
3	MEADOWS, Toby. <b>Como Montar e Gerenciar uma Marca de Moda.</b> Porto Alegre: Bookman,, 2010.
4	MIRANDA, A. Paula. <b>Consumo de Moda: A Relação Pessoa-Objeto.</b> Barueri: Estação das Letras e Cores, 2008.
5	PALOMINO, Erika. <b>A moda.</b> São Paulo: PubliFolha, 2003.