

Plano de Ensino

CAMPUS: Divinópolis		
DISCIPLINA: Produção de Moda	CODIGO: 5.1	

Início: **03/2022**

Carga Horária: Total: 60 horas/aula Semanal: 04 aulas/aula Créditos: 04

Natureza: Prática

Área de Formação - DCN: Específica

Competências/habilidades a serem desenvolvidas (Para os cursos de Engenharia)
Departamento que oferta a disciplina:

Ementa:

Percepção visual e estética. Relação da construção do estilo a partir do produto, da composição, harmonização e a seleção adequada de acessórios e complementos. Diálogo com as demais áreas da moda para a compreensão do trabalho da equipe de produção de moda.

Curso(s)	Período	Eixo	Obrigatória	Optativa
Design de moda	5º	Eixo 3 – Processos criativos	X	

INTERDISCIPLINARIDADES

Prerrequisitos
Tecnologia de Beneficiamentos
Tecnologia de Produção III
Correquisitos

Objetivos: <i>A disciplina deverá possibilitar ao estudante</i>	
1	Desenvolver de forma interdisciplinar com a disciplina de Planejamento e desenvolvimento de coleção comercial um editorial (conceitual e comercial) dos looks produzidos no 4º e 5º períodos.
2	
3	
4	
5	
6	

Unidades de ensino	Carga-horária
---------------------------	----------------------

Plano de Ensino

		Horas/aula
1	Conceitos e teoria relacionados a Produção de Moda	15
2	Produção de moda para publicidade e Marketing	15
3	Construção e aprimoramento do conceito de estilo	10
4	Produção de Moda e criação de imagem para moda	10
5	Produção de Moda em prática	10
6		
Total		60

Plano de Ensino

Bibliografia Básica	
1	GARCIA, Carol. Moda é comunicação : experiências, memórias, vínculos. 2 rev São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007. 126 p. (Coleção Moda & Comunicação). ISBN 85-87370-21-9.
2	JOFFILY, Ruth; ANDRADE, Maria G. A. Produção de Moda . 1 ed. Rio de Janeiro: Senac, 2013.
3	MESQUITA, Cristiane; FAÇANHA, Astrid. Styling e criação de imagem de moda . São Paulo: Senac, 2013.

Bibliografia Complementar	
1	CIDREIRA, Renata Pitombo. Os sentidos da moda : vestuário, comunicação e cultura. São Paulo: Annablume, 2005. 146 p. ISBN 85-7419-527-8.
2	BARNARD, Malcolm. Moda e comunicação . Rio de Janeiro: Rocco, 2003. 267 p., il. ISBN 85-325-1532-0.
3	DISITZER, Márcia; VIEIRA, Silvia; GUIMARÃES, Zeca. A moda como ela é : bastidores, criação e profissionalização. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2006.
4	GUERRERO, José Antônio; ROIG, Gabriel Martin. Novas tecnologias aplicadas à moda : design, produção marketing e comunicação. Tradução de Carmen Ferrer Briones. Fortaleza: Senac Ceará, ©2015. 192 p. ISBN 9788599723289.
5	VAZ, Adriana; SILVA, Rossano. Fundamentos da linguagem visual . Editora Intersaberes, 2016. E-book. (324 p.).