

PROCESSO nº 35/16

PROCEDÊNCIA: PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA E EXTENSÃO.
ASSUNTO: PROJETO DE CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO *LATO SENSU* EM GESTÃO EM NEGÓCIOS DA MODA E VESTUÁRIO.

PARECER nº 25/16
DATA: 25/05/16

1 HISTÓRICO

A Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão protocolou junto ao Conselho Universitário - CONSUNI, do Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE, para análise e deliberação, o Projeto de Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão em Negócios da Moda e Vestuário.

2 ANÁLISE

2.1. Projeto anexo.

3 PARECER

Diante do exposto na análise, o Conselho Universitário – CONSUNI do Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE, deliberou:

APROVAR o Projeto de Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão em Negócios da Moda e Vestuário.

Brusque, 25 de maio de 2016.

Günther Lothar Pertschy (Presidente) _____

Alessandro Fazzino _____

Edinéia Pereira da Silva Betta _____

Ademir Bernardino da Silva _____

Denis Boing _____

Marcilene Pöpper Gomes _____

Sidnei Gripa _____

George Wilson Aiub _____

Marcia Maria Junkes _____

Raul Otto Laux _____

Arthur Timm _____

Marlise Adriana Garcia Schmitz _____

Arthur Arendartchuck _____

Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão – Proppex

**Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu*
GESTÃO EM NEGÓCIOS DA MODA E VESTUÁRIO**

Brusque, Maio de 2016.

SUMÁRIO

1 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO	3
1.1 NOME DO CURSO	3
1.2 ÁREA DO CONHECIMENTO E UNIDADE RESPONSÁVEL.....	3
1.3 COORDENAÇÃO DO CURSO.....	3
2 CARACTERIZAÇÃO DO CURSO	4
3 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS DO CURSO	5
3.1 JUSTIFICATIVA	5
3.2 OBJETIVOS	7
3.2.1 Objetivo Geral	7
3.2.2 Objetivos Específicos	7
4 ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO DO CURSO	8
4.1 MATRIZ CURRICULAR.....	8
4.2 EMENTA E REFERÊNCIA BÁSICA DAS DISCIPLINAS	10
4.3 DADOS RELATIVOS AO CORPO DOCENTE E AO COORDENADOR DO CURSO	19
4.4 DADOS ESTATÍSTICOS DO CORPO DOCENTE	27
4.5 METODOLOGIA DO ENSINO.....	27
4.5.1 Critérios para aprovação nas disciplinas	28
4.5.2 Avaliação Final: TCC (Artigo Científico)	29
4.5.3 Recursos físicos e materiais a serem utilizados:.....	29
4.5.4 Processo Seletivo.....	30
5 RECOMENDAÇÕES	31

1 IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

1.1 NOME DO CURSO

Gestão em Negócios da Moda e Vestuário

1.2 ÁREA DO CONHECIMENTO E UNIDADE RESPONSÁVEL

Área do conhecimento:

Administração e Design de Moda

Unidade Responsável:

Cursos de Graduação – Administração e Design de Moda

Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão - Proppex

1.3 COORDENAÇÃO DO CURSO

Prof. Mestre Sidnei Gripa

gripa@UNIFEBE.edu.br

Titulação: Bacharel em Administração (Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE, SC, 2005). Especialista em Engenharia de Produção (Faculdade Regional de Blumenau – FURB, SC, 2007). Especialista em Magistério Superior (Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE, SC, 2007). Mestre em Engenharia de Produção – UNISOCIESC, SC, 2014).

Prof^a. Mestre Edinéia Pereira da Silva Betta

edineia@UNIFEBE.edu.br

Titulação: Licenciada em História (Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE, SC, 2003). Tecnóloga em Design de Moda, Faculdade Carlos Drummond de Andrade, SP, 2015). Especialista em História Cultural (Faculdade de Administração, Ciências, Educação e Letras – Facel, SC, 2009). Mestre em História (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, RS, 2010).

2 CARACTERIZAÇÃO DO CURSO

Período de Realização(previsão)

Data de Início: Julho/2016

Data de Término: Janeiro/2017

Horário e Turno: 18h30min às 22h, quartas-feiras e quintas-feiras no período noturno

Carga Horária:

363 horas

Base Legal do Curso

Resolução do CEE/SC nº 001/15, de 01 de julho de 2015, do Conselho Estadual de Educação do Estado de Santa Catarina, homologada pelo Decreto Estadual nº 344 de 02 de setembro de 2015.

Regulamento da Pós-Graduação da UNIFEFE, Resolução CA nº 43/11, de 30 de novembro de 2011.

Autorização do Curso

Parecer Consuni nº

Resolução CA nº

Oferta do curso:

() Ocasional

(x) Permanente

Número de Vagas

Mínimo 15 e máximo 35 vagas

Clientela / Público Alvo

O Curso destina-se a graduados em Design, Moda, Produção de Vestuário, Administração, Gestão Comercial, Processos Gerenciais, Logística ou áreas afins que tenham interesse em desenvolver ou aprimorar o conhecimento quanto a gestão de negócios da moda e vestuário.

3 JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS DO CURSO

3.1 JUSTIFICATIVA

Situada no Vale do Itajaí e próximo ao Vale do Rio Tijucas, em Santa Catarina, a cidade de Brusque tem como principal atividade econômica, a indústria têxtil. Desde o fim do século XIX, depois da chegada dos primeiros imigrantes, a cidade já despontava no setor, a partir da fundação da primeira Fábrica de Tecidos planos no Estado. Com o passar dos anos, o setor têxtil foi cedendo lugar à indústria da confecção e da moda. Atualmente, a cidade é conhecida como Polo Nacional da Pronta Entrega.

Os últimos indicadores econômicos apresentados pelo Censo 2009 demonstram que o município possui 7.422 empresas formais, integrando o grupo dos quinze maiores arrecadadores de tributo estaduais, e possuindo um faturamento industrial na ordem de R\$ 2,4 bilhões ao ano, o que evidencia a vitalidade econômica da cidade e sua importância no âmbito regional, nacional e internacional. Segundo o Relatório Setorial (2014, p. 64), elaborado pelos Sindicatos Patronais - Sindinvest e SIFITEC, “as indústrias confeccionistas, representadas pelos produtores de artigos da linha lar e do vestuário, representam 56% do total de empresas da região, seguidas pelas malharias, com 20%, e pelos beneficiadores, com 13%”. Ou seja, 89% das empresas da região pertencem a cadeia têxtil, sendo a maior parte confeccionistas.

Segundo o relatório desenvolvido pelo Programa de Emprego e Renda (PRODER) do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina (SEBRAE/SC), o município de Brusque tem se desenvolvido de maneira acelerada, com uma taxa média de crescimento de 3,3% ao ano. É a décima economia do estado, com 107.763 habitantes, composta por uma população predominantemente jovem, sendo 50% na faixa etária entre 0 e 29 anos, o que nos permite intensificar a oferta de cursos à população jovem, contribuindo para a formação profissional.

A partir da demanda acima identificada, o curso de Design de Moda e Administração da UNIFEBE, que já contribuiu com a formação de mão de obra qualificada, elaborou o presente projeto de Curso de Especialização de Gestão em Negócios da Moda e Vestuário, a fim de aperfeiçoar o profissional que atua,

ou que pretende atuar na gestão de empresas do setor, suprindo as necessidades do mercado local e regional, que se refletem no mercado nacional de moda, levando-se em consideração as atividades voltadas para o desenvolvimento da Gestão da Moda e do vestuário.

Além da indústria regional, o curso contribuirá com a formação desse profissional, que poderá atuar também no mercado nacional. O profissional poderá atuar no mercado nacional como um todo, pois segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT, 2012) o setor têxtil e de confecção no país têm um faturamento anual de US\$ 67 bilhões em média, produzindo 9,8 bilhões de peças em confecção por cerca de 30 mil empresas que colocam o Brasil como quinto maior produtor têxtil do mundo, e a moda brasileira entre as cinco maiores Semanas de Moda do mundo. Ainda, a ABIT destaca que o Brasil é a última cadeia Têxtil completa do Ocidente; e somente neste país se tem desde a produção das fibras, até os desfiles de moda, passando por fiações, tecelagens, beneficiadoras, confecções e forte varejo.

As mudanças na economia do país e do mundo, de forma geral, causaram grande competitividade no setor, além do próprio consumidor que se tornou ainda mais exigente. Nesse contexto, as indústrias perceberam a importância de atualização e profissionalização frente a grande concorrência e a situação econômica e social. Pessoal qualificado e talentos são enfatizados como necessidade efetiva para propiciar novos produtos e para garantir a máxima eficiência econômica em um contexto global de desenvolvimento sustentável (ABDI, 2010).

Tendo ciência de que esse cenário tem sido positivo para as profissões englobadas na moda, neste caso destacando, principalmente, a gestão de Moda e vestuário, contribuindo para a sustentabilidade dessas empresas, e que a relação destas com a educação e com disciplinas próprias do contexto acadêmico tende a ser cada vez mais estreita e necessária (LOCKS et al., 2009), a UNIFEBE, oferece o curso de Gestão em Negócios da Moda e Vestuário, em consonância com sua missão e com o que o mercado anseia.

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 Objetivo Geral

Promover a formação de profissionais, buscando aperfeiçoar a gestão em negócios da moda e vestuário, visando atender as necessidades do mercado.

3.2.2 Objetivos Específicos

Aprimorar o domínio de habilidades e conhecimentos da gestão do Sistema de Moda e Vestuário;

Atender a demanda pela qualificação profissional do mercado de moda e vestuário na região;

Apresentar e discutir aspectos relevantes quanto a gestão da produção de vestuário e da moda como fenômeno social, econômico e cultural;

Promover uma reflexão sistemática a respeito da gestão em negócios da moda e vestuário.

4 ESTRUTURA E FUNCIONAMENTO DO CURSO

4.1 MATRIZ CURRICULAR

Professores	Título / IES	Disciplina	C/H
Workshop			
Raul Otto Laux	Doutor/UNIFEBE	Cenários e Tendências do Mercado de Moda e Vestuário	07
		Workshop: convidado	14
Módulo Desenvolvimento e Produção			
Grazyella Cristina de Oliveira Aguiar	Doutora/UNIFEBE	Desenvolvimento de Coleções: da pesquisa à modelagem.	21
		Workshop: convidado	14
Adécio Gamba	Mestre/SENAI	Etiquetagem para Produtos Têxteis	14
André Luís Almeida Bastos	Doutor/UNIFEBE	Logística de produção e operações em confecção	21
Ciel de Oliveira Filho	Mestre/UNIFEBE	Gestão de Terceiros	14
Módulo Negócios			
George Aiub	Mestre/UNIFEBE	Empreendedorismo	07
		Workshop: convidado	07
Wagner Dantas de Souza	Mestre/UNIFEBE	Finanças Empresariais	35
Celaine Refosco	Mestre/Orbitato	Negócios e Estratégias na Moda	14
Claudia Maria Huber	Mestre/UNIFEBE	Gestão de Talentos	21
Módulo Marketing			
Raul Otto Laux	Doutor/UNIFEBE	Marketing Estratégico aplicado à Moda	21
		Workshop: convidado	14
Dalmir Antonio de Sant'Anna	Mestre/UNICAMP	Gestão Estratégica de Vendas	14
Daniela Novelli	Doutora/UFSC	Produção e Comunicação de Moda	14
Jacqueline Keller	Doutora/SENAC	Visual Merchandising	21
Módulo Acadêmico			
Jeisa Benevenuti	Doutora/UNIFEBE	Metodologia do Ensino Superior	45
Edinéia Pereira da Silva Betta	Mestre/UNIFEBE	Metodologia da Pesquisa	45
Total de Horas disciplinas			363
Módulo Optativo			
Raul Otto Laux	Doutor/UNIFEBE	Seminário Temático Nacional	8
Edinéia pereira da Silva Betta	Mestre/UNIFEBE	Seminário Temático Internacional	8
TOTAL DE HORAS			379

Alteração:**4.1 MATRIZ CURRICULAR**

Professores	Título / IES	Disciplina	C/H
Raul Otto Laux	Doutor/UNIFEBE	Cenários e Tendências do Mercado de Moda e Vestuário	07
		Workshop	14
Mário Queiroz	Doutor/*	Desenvolvimento de Coleções	14
		Workshop	07
Sérgio Gamba	Especialista/SEN AI	Etiquetagem para Produtos Têxteis	07
Sidnei Gripa	Mestre/UNIFEBE	Logística de produção e operações em confecção	28
Ciel de Oliveira Filho	Mestre/UNIFEBE	Gestão de Terceiros	14
George Aiub	Mestre/UNIFEBE	Empreendedorismo	21
		Workshop	14
Wagner Dantas de Souza	Mestre/UNIFEBE	Finanças Empresariais	28
Guilherme Hodus	Mestre/ Drummond	Negócios e Estratégias na Moda	14
Claudia Maria Huber	Mestre/UNIFEBE	Gestão de Talentos	21
Raul Otto Laux	Doutor/UNIFEBE	Marketing Estratégico aplicado à Moda	21
		Workshop	07
Dalmir Antonio de Sant'Anna	Mestre/UNICAMP	Gestão Estratégica de Vendas	14
Daniela Novelli	Doutora/UFSC	Produção e Comunicação de Moda	14
Grasiele Pilatti Sylvia Demetrescu	Mestre/UNIFEBE	Visual Merchandising	21
		Workshop	07
Jeisa Benevenuti	Doutora/UNIFEBE	Metodologia do Ensino Superior	45
Edinéia Pereira da Silva Betta	Mestre/UNIFEBE	Metodologia da Pesquisa	45
Total de Horas disciplinas			363

**O professor atua em várias instituições como professor de cursos de Pós-Graduação.*

Os workshops serão ministrados por profissionais do mercado da moda, com o objetivo de aprofundar a discussão sobre os principais temas de cada módulo, apresentando casos práticos da moda na atualidade. A dinâmica da disciplina que contempla workshops divide-se em três momentos: o professor inicia a disciplina expondo os temas específicos e nos workshops eles serão colocados em prática, ao final o professor encerra a disciplina avaliando a experiência teoria/prática.

4.2 EMENTA E REFERÊNCIA BÁSICA DAS DISCIPLINAS

Disciplina: Cenários e Tendências do Mercado de Moda e Vestuário – 7h + 14h de Workshop

Ementa: O ambiente dos negócios globalizados. A construção e análises de cenários de negócios nacionais e internacionais. Identificação das ameaças e oportunidades. Gestão das potencialidades e fragilidades.

Referências:

GHEMAWAT, Pankaj. **Redefinindo estratégia global: cruzando fronteiras em um mundo de diferenças que ainda importam.** Porto Alegre : Bookman, 2008.

CAVALCANTI, Marly. **Gestão estratégica de negócios: evolução, cenários, diagnóstico e ação: com estudos de casos nacionais e internacionais.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

BITTAR, Sergio. **Las tendencias mundiales y el futuro de América Latina.** Chile: Naciones Unidas. Cepal, 2014.

BICKLE, C. Marianne. **Fashion Marketing: Theory, principles and practice.** USA. Fairchild Books, 2012.

EASEY, Myke. **Fashion Marketing.** USA. Blackweel Publishing, 2009.

Disciplina: Desenvolvimento de Coleções – 14h + 07h de workshop

Ementa: Métodos e técnicas projetuais de design aplicados à área de moda. Pesquisa como fator propulsor para o desenvolvimento de coleções. Estudo de processos criativos e desenvolvimento de coleção de moda. Estudos avançados em Modelagem.

Alteração:

Ementa: Métodos e técnicas projetuais de design aplicados à área de moda. Pesquisa como fator propulsor para o desenvolvimento de coleções. Estudo de processos criativos e desenvolvimento de coleção de moda.

Referências:

CALDAS, Dario. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências.** Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion Design.** 3. ed., ampl. São Paulo: Cosac & Naify, 2011.

RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. **Desenvolvendo uma coleção.** Porto Alegre: Bookman, 2010.

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

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

TREPTOW, Doris. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 4. ed. São Paulo: D. Treptow, 2013.

Disciplina: Etiquetagem para Produtos Têxteis – 7h

Ementa: Histórico da lei da Etiqueta; Leis, Normas, Regulamentos, Resolução e Portarias, NCM. Referenciais de medidas e vestibilidade. Fibras Naturais, Sintéticas e Artificiais.

Referências:

INMETRO. **Conheça a importância da etiqueta de produto têxtil**. http://www.inmetro.gov.br/noticias/noticia.asp?seq_noticia=403&ind_tipo_conteudo=A. Acesso em: 26/ set. 2008.

INMETRO. **Regulamentação Técnica de Etiquetagem de Produtos Têxteis**. <http://www.inmetro.gov.br/resc/pdf/RESC000119.pdf>. Acesso em: 26/fev. 2015.

PEZZOLO, D. B. **Tecidos: histórias, tipos e usos**. São Paulo: Editora Senac, 2007.

ROSA, Arlete Pacheco. **A importância da etiqueta no produto têxtil**. São Paulo: Oorizzi, 2002.

Disciplina: Logística de produção e operações em confecção – 28h

Ementa: Conceitos e estrutura de relações da área operacional. Sistemas de produção. Layout. As grandes filosofias da Administração da Produção. Planejamento da produção. Administração de materiais, logística e cadeia de suprimentos.

Alteração:

Disciplina: Logística de produção e operações em confecção – 28h

Ementa: Conceitos e estrutura de relações da área operacional. Sistemas de produção. Layout. As grandes filosofias da Administração da Produção. Planejamento da produção. Administração de materiais, logística e cadeia de suprimentos.

Referências:

BASTOS, A. L. A. ; FERREIRA, E. V. S. ; MARTINI, M. . **Avaliação do Desempenho de um Layout Celular sob a Ótica dos Sete Desperdícios**. in: iv conbrepro - congresso brasileiro de engenharia de produção, 2014, ponta grossa. anais do iv conbrepro, 2014.

BASTOS, A. L. A. ; LUNA, M. M. M. ; DAMM, H. . **Práticas do relacionamento cliente-fornecedor nas empresas catarinenses dos setores têxtil e metal mecânico**. in:

sidepro 2011 - Simpósio sobre redes de empresas e cadeias de fornecimento, 2011.
SIDEPRO 2011 - simpósio sobre redes de empresas e cadeias de fornecimento.

BOWERSOX, D; CLOSS, D; COOPER, M. B., **Gestão da Cadeia de Suprimentos e Logística**. 2 ed., Campus Elsevier, Rio d Janeiro, 2008.

NOVAES, A. G. , **Logística e Gerenciamento da Cadeia de Distribuição** - 2a. Edição Revista e Atualizada, Editora Campus, Rio de Janeiro, 2004.

Disciplina: Gestão de Terceiros – 14h

Ementa: Fundamentos para gestão de terceiros; A decisão de contratar: benefícios, custos; Gestão da Qualidade de terceiros; Gestão da Eficiência. Organização, Planejamento e Projetos de terceirização; Criação de valor por meio da terceirização.

Referências:

BALLESTERO-ALVAREZ, María Esmeralda. **Gestão de qualidade, produção e operações**. 2. ed. São Paulo: Atlas 2012.

GIOSA, Lívio Antonio. **Terceirização**: uma abordagem estratégica. São Paulo: Pioneira, 1997.

LOVELOCK, Christopher H.; WRIGHT, Lauren. **Serviços**: marketing & gestão. São Paulo: Saraiva, 2001.

MELLO, Carlos Henrique Pereira. **ISO 9001:2000**: sistema de gestão da qualidade para operações de produção e serviços. São Paulo: Atlas, 2007.

PAGNONCELLI, Dernizo. **Terceirização e parcerização**: estratégias para o sucesso empresarial. Rio de Janeiro: D. Pagnoncelli, 1993.

SIMCHI-LEVI, David; KAMINSKY, Philip; SIMCHI-LEVI, Edith. **Cadeia de suprimentos**: projeto e gestão: conceitos, estratégias e estudos de caso. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Disciplina: Empreendedorismo – 21h + 14h de workshop

Ementa: Características do comportamento empreendedor; criatividade e desenvolvimento de novos negócios; identificando oportunidades; análise do mercado da moda; construção de planos de negócios da moda.

Referências:

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 3. ed., rev. e a atual. Rio de Janeiro: Campus, 2008

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**. 14. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2002.

DILLON, Susan. **Princípios de Gestão de negócios de Moda**. São Paulo: GG Brasil, 2012.

Disciplina: Finanças Empresariais – 28h

Ementa: Modelagem Financeira. Mercado Financeiro e Seus Produtos. Gestão Financeira. Orçamento. Administração de Custos.

Referências:

ASSAF NETO, Alexandre,; SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Administração do capital de giro**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado financeiro**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BELTRAMI, Edivaldo Alves. **Utilização de índices financeiros como instrumentos de análise financeira: um estudo de caso de duas empresas do setor do vestuário no Brasil**. Revista Interatividade, v. 2, n. 1, p. 36-52, 2014.

DROMS, William G.; PROCIANOY, Jairo L. **Finanças para executivos não-financeiros: tudo o que você precisa saber**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman 2002.

GUIMARÃES FILHO, Leopoldo Pedro; GUIMARÃES, Milla Lúcia Ferreira. **Formação do preço de venda em uma confecção de moda íntima**. Iberoamerican Journal of Industrial Engineering, v. 4, n. 7, p. 81-99, 2012.

MARTINEZ, Jackson Manzatto; CARREIRA, Manoel Francisco. **Formação de preço de venda para serviço de bordado industrial–estudo de caso**. Revista Produção Industrial & Serviços, v. 1, n. 1, p. 74-92, 2014.

Disciplina: Negócios e Estratégias na Moda – 14h

Ementa: O ciclo de vida do produto e o ciclo da moda. Timing da moda e a influência das mudanças da moda em diversos setores. Estratégias do Design de produto, serviços e processos sob a ótica de Responsabilidade Social e Ambiental. Design, Moda e a disponibilidade de recursos. Materiais e estratégias no processos de fabricação. Novas tecnologias.

Referência:

BACK, Nelson. **Projeto integrado de produtos: planejamento, concepção e modelagem**. Barueri, SP: Manole, 2008.

NORMAN, Donald. **Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

KAZAZIAN, Thierry. **Haverá a idade das coisas leves: design e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Senac São Paulo, 2005.

MANZINI, Ezio e VEZZOLI, Carlo. **O desenvolvimento de produtos sustentáveis**. São Paulo: Editora da USP, 2008.

MOZOTA, Brigitte Borja de. **Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa**. Porto Alegre: Bookman, 2011

PIRES, Doroteia. **Design de Moda: olhares diversos**. Barueri, SP: Estação das Letras, 2008.

Disciplina: Gestão de Talentos – 21h

Ementa:

Gestão Estratégica de Pessoas - 8 horas

A evolução da área de administração de recursos humanos (ARH) operacional para gestão de pessoas (GP) em nível estratégico. O alinhamento estratégico da gestão de pessoas às estratégias organizacionais. Visão, Missão, Objetivos, estratégias, políticas, estrutura e processos de gestão de pessoas orientados para o comprometimento com o negócio da organização. Subsistemas de RH.

Liderança – 8 horas

Liderança e desenvolvimento de equipes de trabalho. Habilidades esperadas dos gestores contemporâneos. Conceitos de desenvolvimento gerencial. Gestão *versus* liderança. Estilos de liderança e sua identificação. Motivação e gestão por competência. Comunicação e relações interpessoais contemporâneas influenciando na cultura organizacional.

Coaching e Mentoring como Ferramenta de T&D - 8 horas

Teorias e modelos emergentes em gestão de pessoas. Gestão de capital humano. O *coaching* organizacional. Estratégias, ações e objetivos concretos e mensuráveis com base nos objetivos da empresa. Habilidades, atitudes e resultado do líder *coach*. Competências gerenciais. Resultado do *coaching* organizacional na gestão de pessoas. Desenvolvimento organizacional e relações humanas. Dinâmica de grupo. Abordagens de ferramentas para aplicação do *coaching e mentoring* organizacional.

Referências:

BECKER, Brian E.; HUSELID, Mark A.; ULRICH, Dave., **Gestão estratégica de pessoas com "scorecard" = The HR Scorecard: interligando pessoas, estratégia e performance**. 15. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **O Líder Eficaz**. 1. ed. 3. reimpr. São Paulo. Atlas, 2008.

CARUSO, David R; SALOVEY, Peter. **Liderança com Inteligência Emocional**. Liderando e administrando com competência e eficácia. São Paulo. M. Books do Brasil Editora Ltda, 2007.

CLUTTERBUCK, D. **Coaching eficaz**: como orientar sua equipe para potencializar resultados. São Paulo, 2. ed, Editora Gente, 2008.

KRAUSZ, R.R. **Coaching executivo: a conquista da liderança**. 2. Ed. São Paulo: Nobel, 2007.

MARQUES, José Roberto. **Leader coach**: coaching como filosofia de liderança. 1. ed. São Paulo: Ser Mais, 2012.

_____, José Roberto. **Coaching, um acelerador para o seu sucesso**. 1 ed. São Paulo: IBC, 2012.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 14. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

SHEIN, Edgar H. **Cultura organizacional e liderança**. Tradução Ailton Bomfim Brandão. São Paulo. Atlas, 2009.

TEIXEIRA, Gilnei Mourão. **Gestão Estratégica de Pessoas**. Rio de Janeiro. Editora FGV, 2005.144 p.

Disciplina: Marketing Estratégico aplicado à Moda – 21h + 07h workshop

Ementa: Inteligência competitiva. Inteligência de mercado. Branding. Plataformas de expansão de negócios. Marketing relacional para a cadeia de valor.

Referências:

GHEMAWAT, Pankaj. **A estratégia e o cenário dos negócios**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

KOTLER, Philip,. 1931-; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

PORTER, Michael E., **Estratégia competitiva**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

HOOLEY, Graham J. et al. **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

GOMES, Elizabeth; BRAGA, Fabiane. **Inteligência competitiva: como transformar informação em um negócio lucrativo**. 2. ed., rev. atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

GUMMESSON, Evert. **Marketing de relacionamento total: gerenciamento de marketing, estratégia de relacionamento e abordagens de CRM para a economia de rede**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

RIES, Al; TROUT, Jack. **Posicionamento: a batalha pela sua mente**. 6. ed. Sao Paulo : Pioneira, c1996. xvi, 171p. Tradução de: Positioning : the battle for your mind.

Disciplina: Gestão Estratégica de Vendas – 14h

Ementa: Gestão e Planejamento Estratégico. Origem e evolução do pensamento em gestão estratégica. As escolas do pensamento estratégico (prescritiva e descritiva). Perspectivas de evolução da gestão estratégica. Planejamento estratégico participativo e sua importância nas mais diversas esferas do primeiro, segundo e terceiro setor. Mudanças do perfil comportamental do consumidor. O perigo da burocratização e da burocratização no atendimento comercial. A relevância da pré venda, venda e pós venda na formulação e validação de objetivos e metas.

Referências:

ALBERONI, Francesco. **A arte de comandar**. Rio de Janeiro: Rocco, 2004.

DAVIS, Keith; NEWSTROM, John W. **Comportamento humano no trabalho: uma abordagem organizacional**. São Paulo: Pioneira, 2004.

INGRAM, Thomas; LAFORGE, Raymond; AVILA, Ramon; SCHWEPKER, Charles Junior; WILLIAMS, Michael. **Gerenciamento de Vendas: análise e tomada de decisão**. 6ª ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SANT'ANNA, Dalmir. **Oportunidades: estratégia competitiva para fortalecer diferenciais na vida pessoal e no ambiente corporativo**. São Paulo: Ser Mais, 2014.

SANT'ANNA, Dalmir A.; MUSSI, Clarissa C.; LUNA, Iuri N.; XAVIER, Wlamir G.

Avaliação do Comprometimento e da Cultura Organizacional: evidências do comprometimento de uma força de vendas autônoma em uma empresa do setor de condutores elétricos. In: XXXVIII EnANPAD 2014 – Encontro Científico de Administração. Congresso da ANPAD, 2014, Rio de Janeiro. Anais do XXXVIII

ENANPAD. Rio de Janeiro, Vol. 01, p.94, Setembro, 2014.

THOMPSON, Leigh. **O Negociador**. 3ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

Disciplina: Produção e Comunicação de Moda – 14h

Ementa: Campos de atuação. Produção de moda para desfile. Produção de moda para editorial, mídia impressa e digital. Pré e pós-produção.

Referências:

CHURCHILL, Gilbert A. **Marketing: criando valor para o cliente**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

COBRA, Marcos. **Marketing & moda**. São Paulo: Cobra, 2007.

COSTA E SILVA, Adriana. **Branding e design: identidade no varejo**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2002.

COSTA, Joan. **A imagem da marca: um fenômeno social**. 1. ed. São Paulo, SP: Rosari, 2008.

SCHMIDT, Érica. **Marketing de varejo de moda: uma ênfase em médias empresas**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

Disciplina: Visual Merchandising – 21h + 7h de Workshop

Ementa: Design e Marketing para ponto de venda. Planejamento e uso do espaço comercial. Varejo na Moda. Design de vitrinas. Técnicas e projetos de Visual Merchandising.

Referências:

BLESSA, Regina. **Merchandising no ponto-de-venda**. São Paulo : Atlas, 2005.

CASTILHO, Kathia. **Semiótica, Design e Corpo**. São Paulo. Editora Anhembi Morumbi,2005.

DEMETRESCO, Sylvia. **Vitrinas em diálogos urbanos**. São Paulo : Anhembi Morumbi,2005.

LURIE, Alison. **A Linguagem das Roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

SCHMID,Érika. **Marketing de varejo de moda: uma ênfase em médias empresas**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

Disciplina: Metodologia do Ensino Superior – 45h

Ementa: Funções sociais da educação superior. Importância e necessidade da formação Andragógica do professor universitário. Dimensões do processo didático e seus eixos norteadores: ensinar, aprender, pesquisar e avaliar. A organização e o desenvolvimento do processo ensino-aprendizagem: os planos de aula e os programas de aprendizagem. Os objetivos de ensino, os conteúdos programáticos as estratégias de ensino-aprendizagem. As interações em sala de aula: o papel dos professores e dos alunos.

Referências:

Bordenave, J.D.P. Pereira, A.M. **Estratégias de ensino-aprendizagem**. 21 ed. Rio de Janeiro-Vozes, 2000.

Gil, A. C. **Didática do Ensino superior**. São Paulo: Atlas, 2008.

PIMENTA, S. G & ANASTASIOU, L. G. C. **Docência do ensino superior**. 3ed. São Paulo, editora Cortez: 2008.

OLIVEN, A. C. **Histórico da educação superior no Brasil**. In: Soares, M. S. A. et al, 2002.

A educação superior no Brasil. Porto Alegre, 2002.

SHÖN, D. A. “**Formar professores como profissionais reflexivos**”. In NÓVOA, A. Os professores e a sua formação. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1995.

GARCIA, M. M. A.. **A didática no ensino superior**. Campinas: Papyrus, 1994.

SANTOS, Boaventura de Souza. **A universidade no século XXI**. S. Paulo: Cortez, 2004.

SANTOMÉ, J. T. **Elaboração de unidades didáticas integradas**. In Globalização e interdisciplinaridade. O currículo integrado. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

ZABALZA, M. A. **O ensino universitário: seu cenário e seus protagonistas**. Porto Alegre: ARTMED, 2004.

Disciplina: Metodologia da Pesquisa – 45h

Ementa: Normas da ABNT. Diretrizes de leitura. A construção do texto acadêmico: linguagem científica. Artigo científico: conceito, estrutura, procedimentos e respectivas normas da ABNT.

Referências:

Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 14724: Informação e documentação: trabalhos acadêmicos: apresentação**. 2. ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2005.

Associação Brasileira de Normas Técnicas. **NBR 6023: Informação e documentação: Referências - Elaboração**. 2. ed. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LINTZ, Alexandre; MARTINS, Gilberto de Andrade. **Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de cursos**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica**. 11 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

4.3 DADOS RELATIVOS AO CORPO DOCENTE E AO COORDENADOR DO CURSO

Disciplina: Cenários e Tendências do Mercado da Moda e Marketing Estratégico aplicado à Moda	
Nome do professor	Raul Otto Laux
Endereço	Rua Nereu Ramos n 350 AP 61, Centro, Blumenau. 89010400
Titulação	Doutorado em Administração, pela Universidad Nacional de Misiones. Mestrado em Administração . Fundação Universidade Regional de Blumenau, FURB, Brasil. Especialização em Administração de Marketing, pelo Instituto Santanense de Ensino Superior e Graduação em Administração, pela Fundação Universidade Regional de Blumenau, FURB, Brasil.
Lattes (nº)	http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4770907E0
E-mail	raullaux@UNIFEDE.edu.br
Experiência	Experiência comprovada em coordenação de cursos de graduação, pós, docência, pesquisa, orientação de trabalhos científicos, gestão educacional e universitária, cooperação internacional, relações internacionais, direção acadêmica, integrante de conselhos editoriais, parecerista e avaliador ad hoc, consultor em projetos de marketing, comercialização, processos de negociação e empreendedorismo. No presente, ocupa a função de líder do NEPA - Núcleo de Estudos e Pesquisas em Administração da UNIFEDE em parceria com a ACIBr - Associação Empresarial de Brusque. Na área profissional em âmbito nacional e internacional, possui experiência comprovada nas áreas de marketing, educação executiva, vendas, processos de negociação, empreendedorismo, inteligência competitiva, promoção e merchandising, trade marketing, estratégias empresariais, desenvolvimento de mercado, produtos e serviços, competitividade e relações internacionais.

Disciplina: Desenvolvimento de Coleções: da Pesquisa à Modelagem	
Nome do professor	Mário Queiroz
Endereço	Rua Costa, 52 apto 102. Consolação – São Paulo/SP
Titulação	Doutorado
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/2982760868308487
E-mail	mario.queiroz22@uol.com.br
Experiência	<p>É mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Sua dissertação defendida em 2008 - "O Herói Desmascarado - A imagem do homem na moda" foi publicada em 2009 pela Editora Estação das Letras e Cores. Seu orientador Dr. Norval Baitello Junior escreveu a apresentação do livro e Mário continua seguindo suas idéias ligadas a Semiótica da Cultura. Sua graduação em Comunicação Social foi concluída em 1985 na Universidade Federal Fluminense - em Niterói, Rio de Janeiro. Cidade em que viveu até a conclusão do curso. É professor em graduação e pós-graduação na área de Moda, nas disciplinas ligadas a "Pesquisa, Criação e Desenvolvimento de Coleções". Em fevereiro de 2010 foi convidado a dirigir o curso de moda do Istituto Europeo di Design onde coordena os cursos de graduação, os trienais e extensão. Trabalha como designer de moda desde 1981, tendo atuado em diversos segmentos da confecção e tecelagem. Lançou sua marca em 1995 junto a José Augusto Lança Fabron. Voltada ao segmento masculino sua marca é referência nacional por ter participado de importantes eventos de Moda , sendo o principal deles a "São Paulo Fashion Week" na qual desfila há dezessete edições. Além das palestras e cursos, destaca-se a criação e coordenação criativa do projeto "Santa Catarina Moda Contemporânea" onde durante cinco anos revelou os talentos entre os estudantes de moda daquele estado e coordenando as coleções que estes realizaram dentro das principais empresas catarinenses. É consultor de moda da empresa de jóias "Rommanel" onde também tem uma coleção masculina assinada. Participa de ações voltadas a integrar a Moda dentro do processo de Design como um todo, realizando projetos junto a designers de objetos como Baba Vacaro e oferecendo palestras em eventos como "Boom Design"</p>

Disciplina: Etiquetagem para Produtos Têxteis	
Nome do professor	Sergio Gamba
Endereço	Avenida Primeiro de Maio, 663 – Primeiro de Maio – Brusque/SC
Titulação	Especialista
Lattes (nº)	Não possui
E-mail	sergio.gamba@terra.com.br
Experiência	Professor no Senai de Brusque/SC.

Disciplina: Logística de produção e operações em confecção	
Nome do professor	Sidnei Gripa
Endereço	Rua Henrique Hoffmann 29, apto 303, Centro, Brusque - 88353135
Titulação	Mestre em Engenharia de Produção – UNISOCIESC, SC, 2014. Especialista em Engenharia de Produção pela Faculdade Regional de Blumenau – FURB. Especialista em Magistério Superior pelo Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE. Bacharel em Administração pelo Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE.
Lattes (nº)	http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4234399E6
E-mail	gripa@UNIFEBE.edu.br
Experiência	Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração da produção, Logística e desenvolvimento de produtos. Atualmente é professor Titular do Centro Universitário de Brusque, onde, exerce as funções de Professor e de Coordenador de Curso.

Disciplina: Gestão de Terceiros	
Nome do professor	Ciel de Oliveira Filho
Endereço	Rua Noeli Saraiva de Figueiredo, Ap 401 – Brusque/SC
Titulação	Mestre em Administração: Gestão de Organizações pela Universidade Regional de Blumenau - Furb, com especialização em Administração de Materiais pelo Convenio Furb/INPG Instituto Nacional de Pós Graduação e graduado em Administração pela Fundação Universidade Regional de Blumenau - Furb.
Lattes (nº)	http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4211720E6
E-mail	cielfilho@terra.com.br
Experiência	Docente de graduação e pós-graduação pela Fundação Universitária de Brusque - Febe, Universidade Regional de Blumenau - Furb, Instituto de Educação e Consultoria Corporativa - Ieducorp, Fundasc e Sociedade Educacional Vale do Itajai S/C Ltda - Uniasselvi, atuando nas seguintes áreas: Administração de materiais e Logística. Possui experiência de 25 anos de trabalho profissional em empresas nas áreas de logística e administração de materiais.

Disciplina: Empreendedorismo	
Nome do professor	George Wilson Aiub
Endereço	Av. Atlântica 1814, apto 903, Centro, Balneário Camboriú - 88330000
Titulação	Mestrado em Engenharia de Produção, pela Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC. Especialização em Agentes de Inovação Tecnológica, pela Universidade de Caxias do Sul, UCS. Especialização em Estratégias Competitivas e Desenvolvimento Econômico, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS. Graduação em Administração, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS.
Lattes (nº)	http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4700604J2
E-mail	georgeaiub@UNIFEBE.edu.br
Experiência	Coordenador de Serviços Especializados na UNIFEBE. Coordenou o Curso de Administração da Fundação Educacional de Brusque, professor nos cursos de Sistemas de Informação, Administração e Engenharia de Produção. Consultor de Negócios e Empreendimentos Sociais. Tem experiência na área de Gestão, com ênfase em Planejamento e Economia de Tecnologia, atuando principalmente nos seguintes temas: novos negócios, inovação, tecnologia, plano de negócios, planejamento empresarial, e gestão e planejamento de entidades do Terceiro Setor. Professor local colaborador em Pós-Graduação em Administração da Fundação Getúlio Vargas.

Disciplina: Finanças Empresariais	
Nome do professor	Wagner Dantas de Souza
Endereço	Rua Noeli Saraiva de Figueiredo, Ap 401 – Brusque/SC
Titulação	Mestrado em Economia, pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP. Graduação em Economia, pelo Centro Universitário FECAP, FECAP.
Lattes (nº)	http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4231813E6
E-mail	wagner@UNIFEBE.edu.br
Experiência	Atualmente presta serviço de consultoria em treinamento de executivos financeiros para grandes instituições (Itaú, ABN, Citibank, Unibanco e outros). Atualmente é professor da UNIFEBE - Centro Universitário de Brusque na cadeira de Mercado de Capitais para o curso de Ciências Contábeis. Foi profissional do mercado financeiro durante aproximadamente dez anos participando de instituições como BankBoston, Fininvest e Credicard. Atuou principalmente na área de investimentos e estratégias financeiras. A área de pesquisa se delimita a tratar de assuntos relacionados à Política Monetária e Investimentos.

Disciplina: Negócios e estratégias na Moda	
Nome do professor	Guilherme Hodas Aragão
Endereço	Rua Celso de Azevedo Marques, 740 – Parque da Mooca – São Paulo/SP
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	Não possui curriculum lates
E-mail	guilhermehodas@gmail.com
Experiência	Mestre em Ciências pela Universidade de SP Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Especialista em Comunicação e Mercado pela Faculdade Carlos Drumond de Andrade e Tecnólogo em Produção Publicitária pela Faculdade Carlos Drumond de Andrade. Atua diretamente no SP Fashion Week e atua como professor em cursos de Pós-Graduação.

Disciplina: Gestão de Talentos	
Nome do professor	Claudia Maria Huber
Endereço	Rua 149, 58, apto 203, Centro, Itapema - 88220000
Titulação	Mestrado em Desenvolvimento, pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, UNIJUI. Especialização em Gestão de Pessoas, pela Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões, URI. Graduação em Ciências Econômicas, pela Universidade de Cruz Alta, UNICRUZ.
Lattes (nº)	http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4417932A6

E-mail	claudiahuber@ibest.com.br
Experiência	Possui graduação em Ciências Econômicas pela Universidade de Cruz Alta (1997), Especialização em Gestão de Pessoas pela Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões (2006), Mestrado em Desenvolvimento pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, UNIJUI (2012) e atualmente é Doutoranda na Faculdade de Economia da Universidade do Porto (Portugal).

Disciplina: Gestão Estratégica de Vendas	
Nome do professor	Dalmir Antonio de Sant'Anna
Endereço	Rua Avenida Nereu Ramos, 897 - Apto. 401 Centro, Piçarras, SC.
Titulação	Mestre em Administração pela Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL. Especialização em Formação para Magistério Superior, pela UNIVALI. Especialização em Gestão de Pessoas, pela UNIVALI. Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda. Instituto Superior e Centro Educacional Luterano Bom Jesus, IELUSC, Brasil
Lattes (nº)	http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4211868Z4
E-mail	Dalmir@dalmir.com.br
Experiência	Na área educacional é professor de pós-graduação da disciplina de Gestão de Conflitos. Interesse de pesquisa nas áreas de gestão de pessoas, comportamento humano e comprometimento. Com frequência é convidado para apresentar palestras em congressos e seminários nacionais e internacionais, convenções de vendas, semanas acadêmicas e eventos empresariais. Palestrante comportamental aprovado com o selo de qualidade WEC. Sócio proprietário da empresa "Dalmir Sant Anna Treinamentos Ltda".

Disciplina: Produção e Comunicação de Moda	
Nome do professor	Daniela Novelli
Endereço	Florianópolis
Titulação	Doutorado em Interdisciplinar em Ciências Humanas, pela Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC. Mestrado em História, pela Universidade do Estado de Santa Catarina, UDESC. Especialização em Moda: Criação e Produção, pela Universidade do Estado de Santa Catarina, UDESC. Graduação em Bacharelado em Moda - Habilitação em Estilismo, pela Universidade do Estado de Santa Catarina, UDESC.

Lattes (nº)	http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4232703P1
E-mail	danovelli@gmail.com
Experiência	Pós-doutoranda na Université de Paris-Sorbonne Paris IV, junto ao Centre de Recherches Interdisciplinaires sur les Mondes Ibériques Contemporains (CRIMIC). Pesquisadora do Instituto de Estudos de Gênero (IEG) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Realizou estágio na França de julho/2012 a junho/2013 em Toulouse e Paris, com bolsa CAPES-COFECUB pelo projeto Genre, parenté, sexualité. Une étude comparative entre France et Brésil, 2010-2013, filiada ao LISST/UTM/EHESS. Experiência no ensino superior tecnológico em Moda e Estilo pelo SENAI-SC, com enfoque nas áreas de Desenho Artístico e Desenho de Moda. Atuou como professora colaboradora da UDESC (Curso Bacharelado em Moda - Estilismo e Design de Moda) e da UNIVALI (Curso Tecnologia em Cosmetologia e Estética) em Florianópolis, SC. Membro de conselhos editoriais das revistas DAPesquisa e Modapalavra E-periódico. Foi bolsista CAPES-PROF e bolsista CNPq no PPGICH.

Disciplina: Visual Merchandising	
Nome do professor	Grasiele Pilatti
Endereço	Rua Protenor Vidal, 107 – Pantanal – Florianópolis/SC
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/4412075649020343
E-mail	grasipilatti@gmail.com
Experiência	Possui graduação em Design, ênfase em Design Gráfico, pela Universidade Federal de Santa Catarina. Realizou mobilidade internacional no Politecnico di Milano, em Milão - Itália, no curso de Architettura e Società. É mestre em Design pela Universidade Federal de Santa Catarina dentro da linha de pesquisa em Gestão Estratégica do Design, onde buscou traçar paralelos e cruzamentos entre o Design e o Visual Merchandising. Pesquisadora do Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional (UFSC), onde colaborou com as pesquisas relacionadas ao Visual Merchandising e experiência com marcas. Atua como docente no Senac/SC, palestrante e consultora em Visual Merchandising. Possui experiência nas áreas de Visual Merchandising, Branding e Design estratégico

Disciplina: Metodologia do Ensino Superior	
Nome do professor	Jeisa Benevenuti
Endereço	Rua Noruega, Nações, Balneário Camboriú - 83380001
Titulação	Doutorado em Psicologia, pela Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC. Mestrado em Psicologia, pela Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC. Graduação em Psicologia, pela Universidade do Vale do Itajaí, UNIVALI.
Lattes (nº)	http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4777971P8
E-mail	Jeisa@UNIFEBE.edu.br
Experiência	Tem dez anos de experiência em docência no ensino superior. Na pesquisa Investiga principalmente os seguintes temas: crianças sem lar, comportamento de dirigentes institucionais, unidades de abrigo e comportamento de trabalhadores. Estudou Psicologia da Justiça e Reinserção Social e Psicologia Clínica na Universidade do Minho Braga- Portugal.

Coordenadora do Curso Disciplina: Metodologia da Pesquisa e Seminário Temático Internacional	
Nome do professor	Edinéia Pereira da Silva Betta
Endereço	Rua João Dionísio Vech 25, Santa Teresinha, Brusque – 88352475.
Titulação	Mestre em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS. Especialista em História Cultural pela Faculdade de Administração, Ciências, Educação e Letras – Facel, SC. Tecnóloga em Design de Moda, Faculdade Carlos Drummond de Andrade, SP. Licenciada em História, pelo Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE.
Lattes (nº)	http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4716006T0
E-mail	edineia@UNIFEBE.edu.br
Experiência	Tem seis anos de experiência em docência no ensino superior. Atualmente é Coordenadora do Curso de Design de Moda e docente no Curso de Arquitetura e Urbanismo do Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE. Tem experiência na área de História Cultural, atuando principalmente nos seguintes temas: arte, moda, indumentária, têxtil, identidade, tradição e memória.

Coordenador do Curso	
Nome do professor	Sidnei Gripa
Endereço	Rua Henrique Hoffmann 29, apto 303, Centro, Brusque - 88353135
Titulação	Mestre em Engenharia de Produção – UNISOCIESC, SC, 2014. Especialista em Engenharia de Produção pela Faculdade Regional de Blumenau – FURB. Especialista em Magistério Superior pelo Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE. Bacharel em Administração pelo Centro Universitário de Brusque – UNIFEBE.
Lattes (nº)	http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4234399E6
E-mail	gripa@UNIFEBE.edu.br
Experiência	Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Administração da produção, Logística e desenvolvimento de produtos. Atualmente é professor Titular do Centro Universitário de Brusque, onde, exerce as funções de Professor e de Coordenador de Curso.

4.4 DADOS ESTATÍSTICOS DO CORPO DOCENTE

a) Informações gerais

Nº total de docentes que ministrarão o curso: 14

Nº docentes pertencentes ao quadro permanente da UNIFEBE: 8

Nº de docentes externos à UNIFEBE: 6

b) Titulação

Nº de Especialistas: 1

Nº de Mestres: 9

Nº de Doutores: 4

4.5 METODOLOGIA DO ENSINO

Os participantes do curso terão acesso para utilização dos recursos disponíveis na biblioteca da UNIFEBE. Os equipamentos de apoio pedagógico, tais como projetor multimídia, DVD e TV estarão disponíveis na UNIFEBE para o corpo docente ou serão locados. Como metodologia de ensino, as aulas poderão ser expositivas, com debates, seminários, trabalhos em grupo, ficando a avaliação do desempenho dos alunos sob a responsabilidade do professor.

As disciplinas do curso serão oferecidas nos meses de Julho de 2016 a Janeiro de 2017, perfazendo uma carga horária de 363 horas em disciplinas obrigatórias. As aulas serão ministradas às quartas-feiras e quintas-feiras, semanalmente no Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE. Cabe ressaltar a possibilidade de alteração do local e horário de funcionamento, com conhecimento e aprovação da Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão – Proppex e total aceitação da turma.

O curso apresenta Workshops, que tem como objetivo aprofundar a discussão sobre os diferentes temas de cada módulo, apresentando casos práticos com profissionais renomados da moda na atualidade. A dinâmica da disciplina que contempla workshops divide-se em três momentos: o professor inicia a disciplina expondo os temas específicos e nos workshops eles serão colocados em prática, e ao final o professor encerra a disciplina avaliando a experiência teoria/prática.

Em consonância com o Regulamento da Pós-Graduação aprovado pela resolução CA nº 43/11, de 30/11/11, as aulas poderão ser oferecidas na modalidade presencial conforme cronograma ou semi-presencial respeitada a carga horária estabelecida de 20% da carga horária total da disciplina. Sendo que nenhuma disciplina do curso de graduação pode ser usada para crédito de especialização.

4.5.1 Critérios para aprovação nas disciplinas

O aproveitamento do rendimento do aluno será avaliado por meio de verificações, em cada disciplina, sendo a nota final expressa em conceitos, com as seguintes equivalências:

CONCEITO	SIGNIFICAÇÃO	REF. NUMÉRICO
A	Excelente	9,0 a 10,0
B	Bom	7,0 a 8,9
C	Regular (Deverá ser compensado por conceito (A) em outra disciplina, para efeitos de média geral de aprovação)	5,0 a 6,9
D	Insuficiente	0,0 a 4,9

A obtenção de no mínimo, média global “B”, acrescido de frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) das aulas ministradas, em cada disciplina, confere o direito à aprovação ao número de créditos cursados.

Para cada conceito “C” obtido na realização de uma disciplina, o discente deverá compensar com um conceito “A” em outra disciplina para manutenção da média global igual ou superior a “B”.

Ao aluno que concluir o TCC (Artigo Científico) e todas as disciplinas com frequência e conceito exigidos, será emitido o Certificado de Especialista nome do curso.

Receberá Certificado de Aperfeiçoamento o aluno que, embora não concluindo o curso nas modalidades dispostas acima, tenha completado, com frequência e aproveitamento, no mínimo 180 horas de conteúdo específico.

Receberá Certificado de Atualização o aluno que, embora não concluindo o curso nas modalidades dispostas acima, tenha completado, com frequência e aproveitamento, no mínimo 179 horas de conteúdo específico.

A entrega do conceito final para cada disciplina não deverá exceder o prazo de 30 (trinta) dias, contados do dia da entrega do trabalho final ao professor responsável.

4.5.2 Avaliação Final: TCC (Artigo Científico)

A elaboração do artigo científico é de responsabilidade do aluno e poderá se iniciar a partir do oferecimento da disciplina de Metodologia da Pesquisa, sendo que a entrega final deverá ser efetuada em até 06 (seis) meses após o término da última disciplina. Somente em situações excepcionais o prazo da entrega do artigo científico poderá ser prorrogado por até 02 (dois) meses, a juízo do professor de Metodologia da Pesquisa e da Coordenação do respectivo curso.

A elaboração do TCC deve estar em consonância com o regulamento da Pós-Graduação da UNIFEBE, Resolução CA nº 43/11, de 30 de novembro de 2011, onde constam as orientações e as normas para elaboração do artigo científico estão contidas no Regulamento da Revista da UNIFEBE.

4.5.3 Recursos físicos e materiais a serem utilizados:

- Local e Horário de Funcionamento: As aulas serão ministradas às quartas-feiras e quintas-feiras, semanalmente no Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE. Cabe ressaltar a

possibilidade de alteração do local e do horário de funcionamento. Porém, será definido com a turma.

- Instituições (salas de aula, laboratórios, etc.): Sala de aula equipada com projetor multimídia.

- Biblioteca (acervo bibliográfico): A instituição disponibilizará aos acadêmicos o acervo existente na Biblioteca da UNIFEBE em Brusque-SC. Obras indicadas pelos professores e que não constam na biblioteca deverão/poderão ser adquiridas pelos alunos.

- Recursos de Informática: Mediante agendamento prévio no Laboratório de Informática da UNIFEBE.

4.5.4 Processo Seletivo

Inscrição para seleção: a seleção será feita pela média geral do histórico escolar do ensino médio.

Período: 30/05/2016 à 30/06/2016

Período de seleção: 01 e 02/07/2016

Período de matrículas: 04 à 13/07/2016

Local: Site da UNIFEBE e Proppex das 8h às 12h e das 13h às 22h.

Início do Curso: 20 de julho de 2016

Pré-requisitos para ingresso no curso:

Formulário de Inscrição;

Cópia do diploma do curso superior (frente e verso);

Cópia do histórico escolar do curso de graduação (frente e verso);

1 foto 3x4;

Cópia Carteira de Identidade;

Pagamento da taxa de inscrição.

5 RECOMENDAÇÕES