



**Centro Universitário de Brusque - Unifebe  
Conselho Universitário - Consuni**

**Projeto Permanente do Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu* em  
Criação e Gestão de Produtos de Moda**

Brusque, dezembro 2009

# Sumário

1	Identificação da IES e do Curso .....	3
1.1	Histórico da Instituição .....	3
1.2	Nome do Curso .....	4
1.3	Área do Conhecimento e Unidade Responsável .....	4
1.4	Coordenação do Curso .....	4
1.5	Titulação do Coordenador.....	4
2	Caracterização do Curso.....	5
2.1	Período de Realização.....	5
2.2	Carga Horária .....	5
2.3	Base Legal do Curso.....	5
2.4	Autorização do Curso.....	5
2.5	Curso oferecido.....	5
2.6	Número de Vagas .....	5
2.7	Clientela .....	5
3	Objetivos e Necessidades do Curso .....	6
3.1	Objetivos .....	6
3.1.1	Objetivo Geral .....	6
3.1.2	Objetivos Específicos:.....	6
3.2	Justificativa .....	6
4	Estrutura e Funcionamento do Curso.....	8
4.1	Matriz Curricular.....	8
4.2	Ementas e bibliografia básica das disciplinas:.....	8
4.2.1	Dados relativos ao Corpo Docente e ao Coordenador do Curso .....	14
4.2.2	Dados Estatísticos do Corpo Docente: .....	19
4.3	Cronograma (ainda a ser complementado e ajustado pelo coordenador do Curso) .....	20
4.4	Metodologia de Ensino.....	20
4.4.1	Crterios para aprovação nas disciplinas.....	21
4.4.2	Avaliação Final: TCC (Artigo Científico).....	21
4.5	Recursos físicos e materiais a serem utilizados: .....	23
4.6	Processo Seletivo .....	23
4.6.1	Inscrição para seleção: .....	23
4.6.2	Seleção .....	24
4.6.3	Matrculas.....	24
4.6.4	Início do Curso .....	24
5	Previsão Orçamentária.....	25

# 1 Identificação da IES e do Curso

---

## 1.1 Histórico da Instituição

A Fundação Educacional de Brusque – FEBE foi criada pela Lei Municipal nº 527, de 15 de janeiro de 1973, tendo como idealizador o Prof. Pe. Orlando Maria Murphy, que foi seu primeiro presidente. As atividades de pós-graduação tiveram seu início posteriormente, em agosto de 1991 e, desde então já foram realizados diversos cursos de pós-graduação *lato sensu*.

O ano de 2003 marcou a instituição com profundas e significativas mudanças de ordem física, administrativa e pedagógica. Buscando seu diferencial frente ao contexto atual, a mantida da instituição, então denominada CESBE – Centro de Educação Superior de Brusque, recebeu um novo status acadêmico, o de Centro Universitário, passando a ser denominada Unifebe – Centro Universitário de Brusque.

Diante desta nova situação, as atividades de pós-graduação, pesquisa e extensão passaram a ser administradas por uma pró-reitoria. Com o credenciamento do Centro Universitário de Brusque – Unifebe, a partir de 29 de agosto (data da publicação no Diário Oficial do Estado de Santa Catarina), a Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão - Proppex passou a fazer parte da história da instituição.

A Unifebe tem como missão atuar no Ensino Superior pautado em uma perspectiva humanista e comprometido com o desenvolvimento que promova a qualidade de vida na sociedade. Assim, entendemos que na atual conjuntura, não é possível formar apenas um profissional técnico, voltado somente para o mercado de trabalho. É imprescindível formar o cidadão ético, solidário e comprometido com o desenvolvimento da sociedade na qual está inserido. A indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão é um mecanismo importante para possibilitar tal formação.

O desenvolvimento do ensino superior está vinculado diretamente à capacidade de criação, inovação, diversificação e adaptação às novas demandas da sociedade. É cada vez mais necessário contribuir para a capacitação e desenvolvimento do acadêmico, a fim de se alcançar o desenvolvimento econômico e social pretendido. Em meio a esse desafio a Proppex se mantém atenta às necessidades da graduação e às

tendências do mercado da região, oferecendo à comunidade, cursos de especialização distribuídos nas diversas áreas de conhecimento em que a Unifebe atua, possibilitando a formação continuada de seus egressos e da comunidade em geral.

## **1.2 Nome do Curso**

Especialização em Criação e Gestão de Produtos de Moda

## **1.3 Área do Conhecimento e Unidade Responsável**

### **Área do conhecimento:**

Design de Moda

### **Unidade Responsável:**

Curso de Graduação - Design de Moda

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

## **1.4 Coordenação do Curso**

Profa. MSc. Graziela Morelli

Telefone: (47) 3211-7215/ 3361-7165

E-mail: graziela@unifebe.edu.br

Descrição da experiência acadêmica e profissional do coordenador:

Bacharel em Moda com habilitação em Estilismo pela Udesc (2000), especialista pela mesma instituição em Moda: Criação e Produção (2002) e mestre em Ciências da Linguagem pela Unisul (2006). É professora de cursos superiores em Design de Moda desde 2004 na área de projetos de vestuário e acessórios, sistema da moda e comunicação. Desde 2006 coordena o curso de Design de Moda da Unifebe. É colaboradora do Jornal Município Dia-a-dia para assuntos de moda assim como da Revista Catarina além de prestar consultoria a empresas de confecção da região de Brusque.

## **1.5 Titulação do Coordenador**

Mestre

## 2 Caracterização do Curso

### 2.1 Período de Realização

Início: março 2010

Turno: matutino, vespertino e noturno. Aulas quinzenais nas sextas-feiras e sábado no período da manhã e tarde.

### 2.2 Carga Horária

360 horas + elaboração de TCC = Artigo Científico

### 2.3 Base Legal do Curso

- Resolução do CEE/SC nº 107, de 20 de novembro de 2007, do Conselho Estadual de Educação do Estado de Santa Catarina, homologada pelo Decreto Estadual nº 1.097 de 22 de fevereiro de 2008.
- Regulamento da Pós-Graduação da Unifebe aprovado pela resolução CA no. 30/08 de 03/09/08.

### 2.4 Autorização do Curso

Parecer Consuni nº 134/09, de 16/12/09.

### 2.5 Curso oferecido

1ª vez

2ª vez

3ª vez

4ª vez ou mais vezes

### 2.6 Número de Vagas

30 vagas no mínimo.

### 2.7 Clientela

O Curso destina-se a graduados em Design de Moda, Produto ou Gráfico, Artes Plásticas, Comunicação Social ou Administração que tenham interesse em conhecer as bases do processo de design ou atuem nas áreas de moda – desenvolvimento de produto e gestão.

## **3 Objetivos e Necessidades do Curso**

---

### **3.1 Objetivos**

#### **3.1.1 Objetivo Geral**

Promover a formação de profissionais visando atender as necessidades do mercado e buscando agregar valor ao produto de moda através da inovação e do design, capacitando-o para a compreensão do sistema da moda e de seus processos de criação e gestão.

#### **3.1.2 Objetivos Específicos:**

- Apresentar e discutir aspectos relevantes a gestão do design e criação de moda;
- Gerar novos conhecimentos visando à compreensão da importância e da relação da moda e do design;
- Atender demanda pela qualificação profissionais do mercado de moda na região;
- Aprimorar o domínio de habilidades e conhecimentos para o desenvolvimento de projetos de produto de moda com foco em criatividade e inovação;
- Promover uma reflexão sistemática a respeito da moda como fenômeno social, econômico e cultural;
- Estimular a pesquisa científica e o estudo das teorias e ferramentas para o desenvolvimento de projetos de design que possam promover inovações e atender necessidades do mercado de moda.

### **3.2 Justificativa**

O mercado de moda se configura como de grande importância no mundo de hoje, pois traz respostas rápidas que atendam às necessidades do consumidor, sejam reais ou emocionais. Extremamente dinâmico, o sistema da moda, antes restrito aos produtos do vestuário, atualmente amplia seu leque de alcance e atinge uma gama

bastante diversa de produtos de consumo no que diz respeito às questões estéticas e às linguagens a que se baseia com critérios de efemeridade.

Complementar a essas questões relacionadas ao mercado consumidor, a região do Vale do Itajaí possui certa tradição e bastante força no que diz respeito à atuação na indústria têxtil e de confecção, além da indústria calçadista que se concentra dos arredores na região de São João Batista e que está intimamente ligada a essa noção de moda e sua dinâmica. Este tipo de indústria, sem dúvida, há uma evolução constante de tecnologia, mas desenvolver criativamente e gerir esse desenvolvimento são resultado de recursos humanos que devem se qualificar continuamente de forma a buscar soluções cada vez melhores e diferenciadas que possam se tornar competitivas. Dessa forma, a necessidade por profissionais cada vez mais qualificados e atualizados que possam atender aos anseios do mercado, percebendo e respondendo de forma profissional, criativa e industrial é fundamental.

A necessidade de criar novos conceitos e desenvolver novos produtos se torna uma realidade constante, gerando uma demanda crescente por profissionais especializados no processo de desenvolvimento do produto de moda. Agregar o valor dos conceitos de moda é um instrumento eficaz para o aumento da competitividade das empresas, já que possibilita diferenciação dos produtos e, conseqüentemente, da própria empresa.

A Unifebe oferece, desde 2004, o curso de graduação em Design de Moda que já formou um número considerável de profissionais que estão atuando no mercado e que buscam a continuidade da sua formação. Por isso, como forma de propiciar a esses profissionais uma ampla perspectiva de atualização e complementação da formação para maior atuação no mercado de trabalho propõe-se o Curso de Especialização em Criação e Gestão de Produtos de moda.

## 4 Estrutura e Funcionamento do Curso

### 4.1 Matriz Curricular

<b>Professores</b>	<b>Título / IES</b>	<b>Disciplina</b>	<b>C/H</b>
Profa. Mara Rúbia Sant'Anna	Dra./ UDESC	História e Cultura da Sociedade de Moda	24
Profa. Maria Carolina Garcia	MSc/Anhembí Morumbi	Mercado e tendências de moda e consumo	24
Prof. Célio Teodorico dos Santos	Dr./UDESC	Gestão do design e inovação	24
Prof. José Alfredo Beirão Filho	MSc./ UDESC	Criatividade e inovação	24
Prof. Hans Peder Behling	MSc./Univali	Linguagem e significação em moda	24
Profa. Graziela Morelli	MSc/ Unifebe	Pesquisa e construção da imagem de moda	24
Profa. Maria Izabel Costa	MSc/UDESC	Materiais e Processos Produtivos	24
Profa. Dorotéia Baduy Pires	MSc./UEL	Planejamento e desenvolvimento de produtos de moda	36
Profa. Icléia Silveira	MSc/ UDESC	Ergonomia do produto	24
Profa. Daniela Novelli	MSc./UDESC	Design de superfície e representação gráfica	24
Profa. Fernanda Hansch Beuren	Esp./UTFPR	Design e sustentabilidade	12
Profa. Roberta Del Vecchio	MSc./Unifebe	Marketing e comunicação estratégica	36
Prof. Luiz Pedro Benvenuto	MSc/ Unifebe	Planejamento estratégico	24
Clara Maria Furtado	MSc/ Unifebe	Metodologia da Pesquisa	24
Clara Maria Furtado	MSc/ Unifebe	Seminário Temático	12
<b>Total</b>			<b>360</b>

### 4.2 Ementas e bibliografia básica das disciplinas:

DISCIPLINA: História e Cultura da Sociedade de Moda

CH: 24

Ementa: O conceito de moda. O Renascimento e o surgimento da moda. As Grandes Navegações e o mundo no eixo da moda. A França como pólo gerador de moda. Revolução Francesa. O Dandismo. Século XX. A moda no mundo contemporâneo. Conceitos fundamentais do design. Movimentos históricos em design.

Bibliografia básica:

JONES, S. J. Fashion design: manual do estilista. São Paulo: Cosac & Naify, 2005.  
WOLFFLIN, H. Princípios fundamentais da história da arte. São Paulo: Martins Fontes, 1996.  
CARDOSO, Rafael. Uma introdução a história do design. São Paulo: Edgard Blucher, 2004.  
LAVER, J. A roupa e a moda: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.  
LURIE, A. A linguagem das roupas. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.  
LIPOVETSKY, G. O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.  
GRUMBACH, Didier. Histórias da Moda. São Paulo: Cosac Naify, 2009.  
BAUDOT, F. Moda do século. São Paulo: Cosac&Naify, 2000.  
MENDES, Valerie e HAYE, Amy de la. A moda do século XX. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

DISCIPLINA: Mercado e tendências de moda e consumo

CH: 24

Ementa: Tendências. Macro e micro tendências. Influências sociais, econômicas e culturais e o comportamento do consumidor. O consumo de moda e o consumo contemporâneo. Design emocional. O ciclo de vida do produto e o ciclo da moda. Timing da moda e a influência das mudanças da moda em diversos setores.

Bibliografia básica:

POPCORN, Faith. Click : 16 tendências que irão transformar sua vida, seu trabalho e seus negócios no futuro. Rio de Janeiro: Campus, 1997.  
PIRES, Doroteia. Design de Moda: olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras, 2008.  
VINCENT-RICARD, Françoise. As espirais da moda. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.  
CALDAS, Dario. Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.  
NORMAN, Donald. Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

DISCIPLINA: Gestão do design e inovação

CH: 24

Ementa: Design e competitividade: cultura do design, o design nos meios de comunicação, inovação, atributos do produto, tecnologia, empresas de design e empresas líderes em seus segmentos. Gestão do projeto de design: design na empresa, o quadro financeiro, viabilização do projeto, capacidade produtiva, aproveitamento de capacidade ociosa, estratégias para preservação do meio ambiente; utilização de recursos renováveis, política de preço, organograma da gestão do design. Foco no projeto: o briefing, o público alvo (target) e o ponto-de-venda, gestão e mercados, identidade corporativa, design nos mercados, o produto global.

Bibliografia básica:

AMARAL, Daniel Capaldo *et al.* Gestão de desenvolvimento de produtos. São Paulo: Saraiva, 2006.

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

BAXTER, Mike. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 2ª ed. São Paulo: Edgard Blucher, 1998.

NONAKA, Ikujiro, TAKEUCHI, Hirotaka. Criação de Conhecimento na Empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

NAISBITT, John. Macrotendências: dez novas orientações que transformam as nossas vidas. Tradução: Maria do Rosário de Souza Guedes. Lisboa: Editorial Presença, 1996.

PHILIPS, Peter. Briefing: a gestão do projeto de design. São Paulo: Edgar Blucher, 2008.

DISCIPLINA: Criatividade e inovação

CH: 24

Ementa: Conceituação. Técnicas de geração de idéias. Criação e moda. Linguagem, identidade e estilo. Processo criativo. Pesquisa de conceitos da leitura verbal e não verbal. Inovação.

Bibliografia básica:

TEIXEIRA, E. A. Criatividade: ousadia e competência. São Paulo: Makron Books, 2002.

ALENCAR, E. M. L. S. de. Criatividade. 2. ed. Brasília: UNB, 1995.

MUNARI, B. Das coisas nascem as coisas. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

OSTROWER, F. Criatividade e processos de criação. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

GARCIA, C. e MIRANDA, A. Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos. São Paulo: Anhembo Morumbi, 2005.

OLIVEIRA, Sandra Ramalho. Imagem também se lê. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

DISCIPLINA: Design e sustentabilidade

CH: 12

Ementa:

Design de produto, serviços e processos sob a ótica de Responsabilidade Social e Ambiental. Conceitos de sustentabilidade. Marcos históricos de evolução tecnológica e a relação de impacto ambiental e social. O conceito de pegada ecológica e a relação do design com a disponibilidade de recursos. Panoramas prospectivos para a ecologia e para a tecnologia: a possibilidade de gerência ambiental global. Aparato regulatório. Ecodesign; Cadeia de suprimento e fontes de matérias primas. Ciclo de vida do produto e descarte. Minimização do uso de recursos no desenvolvimento de produtos.

Referências:

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.

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

DISCIPLINA: Linguagem e significação em moda

CH: 24

**Ementa:**

Fundamentos da linguagem. Requisitos semiótico, mercadológico, morfológico e estético do produto; reconhecimento de componentes sógnicos e a sua articulação no produto através de relações instrumentais (nível perceptivo), objetivas (nível semântico) e interpretativas (nível pragmático). Análise e avaliação da comunicação do produto. Estudo e análises semióticas em moda.

**Bibliografia básica:**

BARTHES, Roland. Sistema da Moda. São Paulo: Nacional, 1979.  
PEIRCE, Charles. S.. Semiótica. São Paulo: Perspectiva, 1977.  
BAUDRILLARD, Jean. A Sociedade do consumo. Lisboa: Ed. 70, 1995.  
NETTO, J. T. Semiótica, informação e comunicação. São Paulo: Perspectiva, 2001. (Coleção Debates).  
SANTAELLA, Lucia. O que é semiótica. São Paulo: Brasiliense, 1983 – 1991. (Coleção Primeiros Passos).  
SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. Imagem: cognição, semiótica, mídia. São Paulo: Iluminuras, 1998.

**DISCIPLINA:** Materiais e Processos Produtivos

**CH:** 24

**Ementa:**

Materiais e processos de fabricação. Sistemas de fabricação; aplicação dos diversos processos de fabricação. materiais; avanços tecnológicos e avaliação e seleção de materiais e processos; Materiais têxteis. Processos de beneficiamento e acabamento. Novas tecnologias. A utilização dos recursos e o compromisso com o meio ambiente.

**Bibliografia básica:**

BACK, Nelson. Projeto integrado de produtos: planejamento, concepção e modelagem. Barueri, SP: Manole, 2008.  
BAXTER, Mike. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 2ª ed. São Paulo: Edgard Blucher, 1998.  
LOBACH, Bernd. Design Industrial: bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Edgard Blucher 2001.  
MARTINS, P. G; LAUGENE, F.P. , Administração da produção. São Paulo: Saraiva, 1998.

**DISCIPLINA:** Marketing e comunicação estratégica

**CH:** 36

**Ementa:**

Posicionamento Estratégico. Planejamento de Projetos. Comportamento do consumidor e definição do Mercado Alvo. Segmentação de Mercado. Estratégias Mercadológicas. Estratégia da Marca e do Produto. Branding. Comunicação integrada. Estratégia de divulgação: Propaganda e Publicidade, Promoção de Vendas, Merchandising, Relações Públicas, Estratégia de Vendas, Plano de Ação, Plano de Negócios na área de design.

**Bibliografia básica:**

COBRA, Marcos. Marketing & moda. São Paulo: Cobra, 2007.  
KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.  
LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing de varejo. São Paulo: Atlas, 1994.  
CHURCHILL, Gilbert A. Marketing: criando valor para o cliente. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2003.  
DIAS, Sérgio Roberto (coord.). Gestão de marketing. São Paulo: Saraiva, 2005.  
SCHMIDT, Érica. Marketing de varejo de moda: uma ênfase em médias empresas. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

**DISCIPLINA:** Pesquisa e construção da imagem de moda

**CH:** 24

**Ementa:**

Briefing. Tipos de pesquisa e fontes de pesquisa. Construção e desconstrução. Leitura de imagens de moda. Cultura de moda. Tendências de moda. Referências de pesquisa e criação. O processo de moda. Análise e construção de imagens de moda.

**Bibliografia básica:**

PIRES, Doroteia. Design de Moda: olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras, 2008.  
VINCENT-RICARD, Françoise. As espirais da moda. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.  
CALDAS, Dario. Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.  
NORMAN, Donald. Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.  
JONES, SUE JENKYN. Fashion design – manual do estilista: São Paulo: Cosac Naify, 2005.  
SEIVEWRIGHT, Simon. Pesquisa e design. Porto Alegre: Bookman, 2009.  
SORGER, Richard e UDALE, Jenny. Fundamentos de design de Moda. Porto Alegre: Bookman, 2009.

**DISCIPLINA:** Planejamento e desenvolvimento de produtos de moda **CH:** 36

**Ementa:**

Problema e identificação de oportunidades e necessidades de mercado. Metodologia de projeto. Ferramentas de projeto de design. Planejamento de projeto. Estudo do público alvo. Pesquisa e análise de tendências. Briefing de projeto. Conceituação. Tema de inspiração. Concepção de produtos de moda voltada para o mercado de vestuário.

**Bibliografia básica:**

PIRES, Doroteia Baduy. Design de Moda: olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008.  
JONES, SUE JENKYN. Fashion design – manual do estilista: São Paulo: Cosac Naify, 2005.  
MUNARI, Bruno. Das coisas nascem as coisas. São Paulo: Martins Fontes, 1981  
SEIVEWRIGHT, Simon. Pesquisa e design. Porto Alegre: Bookman, 2009.  
SORGER, Richard e UDALE, Jenny. Fundamentos de design de Moda. Porto Alegre: Bookman, 2009.  
BACK, Nelson. Projeto integrado de produtos: planejamento, concepção e modelagem. Barueri, SP: Manole, 2008.  
BAXTER, Mike. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 2ª ed. São Paulo: Edgard Blucher, 1998.

DISCIPLINA: Ergonomia do produto

CH: 24

Ementa:

Conceitos e princípios ergonômicos. Análise ergonômica do trabalho. Influências acústicas, visuais e térmicas. Ergonomia cognitiva. Critérios ergonômicos para o projeto de produto de moda (vestuário, calçados e acessórios). Atributos, técnicas e ferramentas para o desenvolvimento de produtos, usabilidade e confiabilidade de produtos pelo usuário.

Bibliografia básica:

PIRES, Doroteia Baduy. Design de Moda: olhares diversos. Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2008.  
JONES, SUE JENKYN. Fashion design – manual do estilista: São Paulo: Cosac Naify, 2005.  
DUL, J.e WEERDMEEESTER, B. Ergonomia prática. 2ª ED.-São Paulo: Edgar Blücher, 2004.  
IIDA, I. Ergonomia: projeto e produção. 2ª ed. rev. e ampl. - São Paulo: Edgar Blücher, 2005.  
NORTON, KEVIN. Antropometria. Porto Alegre: Artmed, 2005.  
GOMES FILHO, J. Ergonomia do objeto: sistema técnico de leitura ergonômica. São Paulo: Escrituras, 2004.  
GRANDJEAN, Etienne. Manual de ergonomia: adaptando o trabalho ao homem. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 1998.

DISCIPLINA: Design de superfície e representação gráfica

CH: 24

Ementa:

Introdução aos processos de estamperia, padronagem e jacquards. Estudo das técnicas artesanais de estamperia e de técnicas e processos industriais. Estudo e criação de padrões têxteis através da aplicação de fios tintos em trama e urdume e de motivos em estamperia e jacquard. Interação das cores e estudos de harmonias em substratos têxteis. Representação gráfica de tecidos e peças do vestuário referente a critérios técnicos.

Bibliografia básica:

JONES, Sue Jenkyn. Fashion Design: manual do Estilista. São Paulo: Cosac Naify, 2005.  
LURIE, Alison. A linguagem das roupas. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.  
MORRIS, Bethan. Fashion Illustrator: manual do ilustrador de moda; São Paulo: Cosac Naify, 2007.  
MUNARI, Bruno. Das coisas nascem as coisas. São Paulo: Martins Fontes. 1981  
MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual. São Paulo: Martins Fontes. 1983  
SEIVEWRIGHT, Simon. Pesquisa e design. Porto Alegre: Bookman, 2009.  
SORGER, Richard e UDALE, Jenny. Fundamentos de design de Moda. Porto Alegre: Bookman, 2009.

DISCIPLINA: Planejamento estratégico

CH: 24

Ementa:

Contexto estratégico. O papel estratégico da função design no âmbito das organizações. Caracterização e análise de projetos e sua relação com as atividades da função design. Planejamento estratégico e competitividade.

Bibliografia básica:

AMARAL, Daniel Capaldo *et al.* Gestão de desenvolvimento de produtos. São Paulo: Saraiva, 2006.

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

COBRA, Marcos. Administração estratégica do mercado. São Paulo: Atlas, 1991.

DISCIPLINA: Metodologia da Pesquisa

CH: 24h + 12h

Ementa: A pesquisa científica; elaboração de projetos de pesquisa; subsídios teóricos básicos para o desenvolvimento de trabalhos científicos. A linguagem do trabalho científico; aspectos técnicos de apresentação do trabalho científico; elaboração de projetos para a obtenção de recursos e pesquisa; subsídios de estatística.

**Observação: essa disciplina prevê uma carga horária de 36h, porém, dessa carga horária, 12h será destinada especificamente para as orientações para elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso (modalidade: artigo Científico), e as normas para a elaboração do artigo serão constam no Regulamento da Revista da Unifebe.**

Bibliografia básica:

CERVO, A. L., BERVIAN, P. A. **Metodologia Científica**. 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3 ed. São Paulo:Atlas,1994.

MARCONI, M.A.; LAKATOS, E.M. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

**REGULAMENTO DA REVISTA DA UNIFEBE = normas de publicação**

4.2.1 Dados relativos ao Corpo Docente e ao Coordenador do Curso

Disciplina: História e Cultura da Sociedade de Moda	
Nome do professor	Mara Rúbia Sant'Anna
Titulação	Dra.
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/894904241227782">http://lattes.cnpq.br/894904241227782</a>
E-mail	<a href="mailto:rubia_laguna@hotmail.com">rubia_laguna@hotmail.com</a>
Experiência acadêmica	Possui graduação em História Licenciatura pela Universidade Federal de Santa Catarina (1990), mestrado em História pela Universidade Federal de Santa Catarina (1996) e doutorado em História pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2005). Realizou estágio de doutoramento na École des Hautes Études en Sciences Sociales (FR). É líder do grupo de pesquisa "Sociedade e Moda" e coordenadora de atividades de Extensão. Atualmente é professor titular da Universidade do Estado de Santa Catarina e membro permanente do Mestrado em História da mesma instituição. Concentra suas pesquisa na área de História da Cultura, com ênfase em História da Moda, atuando principalmente nos seguintes temas: aparência, moda, poder e modernidade.

Disciplina: Mercado e tendências de moda e consumo	
Nome do professor	Maria Carolina Garcia
Titulação	MSc.
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/5136217690821399">http://lattes.cnpq.br/5136217690821399</a>
E-mail	<a href="mailto:mcarolinagarcia@uol.com.br">mcarolinagarcia@uol.com.br</a>
Experiência acadêmica	<p>possui graduação em Comunicação Social - Habilitação Jornalismo pela Universidade Federal do Paraná (1990) e mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2002), onde cursa doutorado no mesmo programa. Coolhunter desde 1999, tem destacada atuação em países da América Latina. Entre 2000 e 2006 editou o website Moda Brasil <a href="http://www.modabrasil.com.br">www.modabrasil.com.br</a>, considerado pelo IFFTI - International Foundation of Fashion Technology Institutes uma das melhores práticas de educação em moda do mundo. Criou, implementou e coordenou o curso de pós-graduação lato sensu em Jornalismo de Moda e Estilo de Vida e a especialização em Cultura de Moda da Universidade Anhembi Morumbi entre 2003 e 2007. Na mesma escola, coordenou o MBA em Moda entre 2005 e 2007. Atualmente, integra o corpo docente da graduação em Negócios da Moda desta Universidade e é professora convidada da Diplomatura en Comunicaci3n de la Moda da Colegiatura Colombiana em Medellín. É diretora científica da Modus Marketing e Semi3tica, bem como tutora de conteúdo dos congressos latino-americanos Jóvenes Creadores (México) e Ixel Moda (Colômbia). É conselheira do Instituto Brasileiro de Moda e do Instituto Rio Moda, assim como conferencista convidada de várias instituições de ensino no Brasil e no exterior. Tem experiência na área de Comunicação e Semi3tica, com ênfase em Moda, atuando principalmente nos seguintes temas: moda, consumo, comunicação, comportamento e mercado. É co-autora das obras "Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos" (Anhembi Morumbi, 2005) e "Moda Brasil: fragmentos de um vestir tropical" (Anhembi Morumbi, 2001). Colabora regularmente com publicações do segmento de moda, tais como as revistas Dobras, L'Officiel Brasil, World Fashion, Fashion News Mexico. É ainda pesquisadora do Centro Interdisciplinar de Semi3tica da Cultura e da Mídia (Cisc) e membro da Latin American Studies Association (LASA).</p>

Disciplina: Gestão do design e inovação	
Nome do professor	Célio Teodorico dos Santos
Titulação	Dr.
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/0731129342074111">http://lattes.cnpq.br/0731129342074111</a>
E-mail	
Experiência acadêmica	<p>Possui graduação em Desenho Industrial pela Universidade Federal da Paraíba (1983) e mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (1998). Gestão do Design e do Produto. Cursando doutorado na UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina, no programa POSMEC com o tema: Design for Aesthetics. É professor efetivo da Universidade do Estado de Santa Catarina. Tem experiência na área de Desenho Industrial, com ênfase em Desenho Industrial, atuando principalmente nos seguintes temas: pesquisa em design, design industrial, consultoria eletro eletrônica, equipamentos hospitalares, projetos especiais e mobiliário.</p>

Disciplina: Criatividade e inovação	
Nome do professor	José Alfredo Beirão Filho
Titulação	MSc.
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/2483155662649890">http://lattes.cnpq.br/2483155662649890</a>
E-mail	<a href="mailto:debeirao@uol.com.br">debeirao@uol.com.br</a>
Experiência acadêmica	Possui graduação em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (1984), especialização em Costumes de Scene pela Escola Superior em Tecnicas da Moda em Paris (1999) e mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2004). Atualmente é professor titular da Universidade do Estado de Santa Catarina e doutorando pela Engenharia e Gestão do Conhecimento/UFSC. Tem experiência na área de Moda e Estilismo, com ênfase em criação de figurinos para espetáculos cênicos, com atuação nos domínios da moda como criação de coleção de moda, produção de moda, estilo e exposições.
Disciplina: Linguagem e significação em moda	
Nome do professor	Hans Peder Behling
Titulação	MSc.
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/7579158270075083">http://lattes.cnpq.br/7579158270075083</a>
E-mail	<a href="mailto:hanspeda@terra.com.br">hanspeda@terra.com.br</a>
Experiência acadêmica	Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Fundação Universidade Regional de Blumenau (1999) e Mestre em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina (2006). Experiência de mercado na área de comunicação, especificamente em publicidade e propaganda, comunicação, marketing, moda, comunicação visual e produção gráfica.
Disciplina: Pesquisa e construção da imagem de moda	
Nome do professor	Graziela Morelli
Titulação	MSc.
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/4182775973936632">http://lattes.cnpq.br/4182775973936632</a>
E-mail	<a href="mailto:graziela@unifebe.edu.br">graziela@unifebe.edu.br</a>
Experiência acadêmica	Possui graduação em Bacharelado em Moda Habilitação Estilismo pela Universidade do Estado de Santa Catarina (2000) e mestrado em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina (2006). Atualmente é coordenadora do curso de Design de Moda da Unifebe, professora dos cursos de graduação em Design de Moda da Univali e Unifebe, colunista de moda - Jornal O Município e colaboradora da Revista Catarina. Tem experiência na área de Comunicação, com ênfase em Comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: moda, design, vestuário, tendências e estilo.
Disciplina: Materiais e Processos Produtivos	
Nome do professor	Maria Izabel Costa
Titulação	MSc.
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/1143838693098544">http://lattes.cnpq.br/1143838693098544</a>
E-mail	<a href="mailto:mbellcosta@gmail.com">mbellcosta@gmail.com</a>

Experiência acadêmica	Possui Especialização em Desenho Industrial Estilismo e Modelagem pela Universidade do Estado de Santa Catarina (1992) e mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2003). Atualmente é professor titular, assistente IV, da Universidade do Estado de Santa Catarina   Centro de Artes   Departamento de Moda. Tem experiência na área de Design, com ênfase em Design Têxtil. Implantou e coordenou durante doze anos a Teciteca do Centro de Artes da Universidade do Estado de Santa Catarina. Tem experiência na área de Moda, Design, com ênfase em Design Têxtil e Gestão do Design. Desenvolve pesquisas de design de superfície, transformação têxtil e tecnologia têxtil. É diretora de capacitação do Santa Catarina Moda Contemporânea - SCMC
-----------------------	--

Disciplina: Planejamento e desenvolvimento de produtos de moda

Nome do professor	Dorotéia Baduy Pires
Titulação	MSc.
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/6407761193198653">http://lattes.cnpq.br/6407761193198653</a>
E-mail	<a href="mailto:doroteia@sercomtel.com.br">doroteia@sercomtel.com.br</a>

Experiência acadêmica	Dedica seus estudos, pesquisas e publicações à área de design de moda. Possui graduação em Belas Artes Pintura pela Escola de Música e Belas Artes do Paraná (1978), graduação em Desenho Industrial pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (1982) e mestrado em Educação pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (1999). Atualmente é chefe do Departamento de Design da Universidade Estadual de Londrina e professora assistente da Universidade Estadual de Londrina. Desde 2000 atua como avaliadora do MEC. Tem experiência na área de Artes, com ênfase em Design de Moda, atuando principalmente nos seguintes temas: moda, design, desenvolvimento de produto, cultura de design, design de moda e vestuário. Coordena o Projeto Milano: cultura, design e criação de moda Itália e França, desde 2000.
-----------------------	---

Disciplina: Ergonomia do produto

Nome do professor	Icléia Silveira
Titulação	MSc
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/7917562140074797">http://lattes.cnpq.br/7917562140074797</a>
E-mail	<a href="mailto:icleiasilveira@gmail.com">icleiasilveira@gmail.com</a>

Experiência acadêmica	possui graduação em Licenciatura Em Geografia pela Universidade Federal de Santa Catarina (1976) , especialização em Atualização Para Docentes de Nível Superior pela Universidade Federal de Santa Catarina (1980) , especialização em Geografia Desenvolvimento Regional e Urbano pela Universidade Federal de Santa Catarina (1978) , especialização em Desenho Industrial Estilismo e Modelagem de Moda pela Universidade do Estado de Santa Catarina (1992) e mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2003) . Atualmente é professor titular da Universidade do Estado de Santa Catarina. Tem experiência na área de Artes, com ênfase em Moda, atuando principalmente nos seguintes temas: Estratégia, Tecnologia, Produção, Desempenho, Competitividade.
-----------------------	---

Disciplina: Design de superfície e representação gráfica

Nome do professor	Daniela Novelli
Titulação	MSc.
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/0025068103482238">http://lattes.cnpq.br/0025068103482238</a>

E-mail	<a href="mailto:danovelli@gmail.com">danovelli@gmail.com</a>
Experiência acadêmica	Mestre em História pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), com área de concentração História do Tempo Presente (2009). Especialista em Moda: Criação e Produção pela mesma instituição (2002). Bacharel também pela UDESC em Moda, com habilitação em Estilismo (2000). Foi bolsista pelo Programa de Bolsas de Monitoria de Pós-Graduação - PROMOP/UDESC (2007-2008). Atuação nas indústrias de confecção e têxtil - desenvolvimento de produto e estamparia artesanal. Experiência no ensino superior tecnológico em Moda e Estilo pelo SENAI-SC, com enfoque nas áreas de Desenho Artístico e Desenho de Moda. Atualmente é docente da UDESC (Bacharelado em Moda - Estilismo e Design de Moda) e da UNIVALI (Tecnologia em Cosmetologia e Estética) em Florianópolis, SC.
Disciplina: Marketing e comunicação estratégica	
Nome do professor	Roberta Del Vechio de Oliveira e Silva
Titulação	MSc.
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/8046438283815543">http://lattes.cnpq.br/8046438283815543</a>
E-mail	<a href="mailto:rovechio@terra.com.br">rovechio@terra.com.br</a>
Experiência acadêmica	Mestra em Educação (FURB, 2005), Especialista em Moda (UNERJ, 1999), Graduada em Comunicação Social - Hab. em Publicidade e Propaganda (FURB, 1997). Docente do Grupo UNIASSELVI (Curso de Administração e Design de Moda), da FURB (Curso de Publicidade e Propaganda) e UNIFEBE (Curso de Design de Moda). Docente de Pós-Graduação do ICPG, FURB (Pós em Negócios da Moda) e UNIVALI (Pós em Criação e Gestão de Moda). Profissional do Visual Merchandising da Rede Flamingo - Moda em Cama, Mesa e Banho. Tem experiência na área de Comunicação e Moda e atua principalmente nos seguintes temas: Moda, Merchandising, Marketing, Publicidade, Propaganda e Varejo
Disciplina: Planejamento estratégico	
Nome do professor	Luiz Pedro Benvenuti
Titulação	MSc.
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/9521119768028179">http://lattes.cnpq.br/9521119768028179</a>
E-mail	
Experiência acadêmica	Possui graduação em Ciências Contábeis pela Universidade do Vale do Itajaí (1990), especialização em Administração de Empresas pela Universidade do Estado de Santa Catarina (1992) e mestrado em Administração: Gestão Moderna de Negócios pela Fundação Universidade Regional de Blumenau (1999). Atualmente é sócio-administrador da Intelcont Assessoria em Gestão Contábil Ltda. e docente do Centro Universitário de Brusque.
Disciplina: Metodologia da Pesquisa	
Nome do professor	Clara Maria Furtado
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/7662020425168614">http://lattes.cnpq.br/7662020425168614</a>
E-mail	<a href="mailto:claramaria@unifebe.edu.br">claramaria@unifebe.edu.br</a>
Experiência acadêmica	Professora de disciplinas Metodologia do Ensino Superior e Metodologia da Pesquisa em cursos de pós-graduação – Lato Sensu, Coordenadora do curso de Pedagogia.

Nome do professor	Fernanda Hansch Beuren
Titulação	Especialista
Lattes (nº)	<a href="http://lattes.cnpq.br/2350294941284063">http://lattes.cnpq.br/2350294941284063</a>
E-mail	<a href="mailto:fernandahansch@yahoo.com.br">fernandahansch@yahoo.com.br</a>
Experiência acadêmica	Mestranda em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) na modalidade de Produto e Processo. Especialista em Design de moveis pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) - 2006. Graduada em Tecnologia Mecânica Produção Industrial de Móveis pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) - 2003. Projetista de móveis - Artely Móveis, Comporta Paineis Decorativos, NASA Industrial Imp. Exp. de Manufaturados, ex professora de desenho técnico básico - DTB e calculo diferencial e integral - CDI da Universidade do Estado de Santa Catarina e ex professora de Solidworks 2D e 3D.

#### 4.2.2 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: 4

Nº de docentes externos à Unifebe: 10

##### b) Titulação:

Nº de Mestres: 12

Nº de Doutores: 2

### 4.3 Cronograma (ainda a ser complementado e ajustado pelo coordenador do Curso)

Disciplinas Obrigatórias	Horas	Início	Término	Nome de Professor	Título	I.E.S. a que está vinculado	Pertence ao quadro Permanente da Unifebe	
							Sim	Não
História e Cultura da Sociedade de Moda	24	26 e 27 de março 2010	09 e 10 de abril de 2010	Profa. Mara Rúbia Sant'Anna	Dra.	UDESC		X
Mercado e tendências de moda e consumo	24	23 e 24 de abril de 2010	07 e 08 de maio de 2010	Profa. Maria Carolina Garcia	MSc	Anhembi Morumbi		X
Gestão do design e inovação	24	21 e 22 de maio de 2010	11 e 12 de junho de 2010	Prof. Célio Teodorico dos Santos	Dr.	UDESC		X
Criatividade e inovação	24	25 e 26 de junho de 2010	09 e 10 de julho de 2010	Prof. José Alfredo Beirão Filho	MSc.	UDESC		X
Linguagem e significação em moda	24	23 e 24 de julho de 2010	06 e 07 de agosto de 2010	Prof. Hans Peder Behling	MSc.	Univali		X
Pesquisa e construção da imagem de moda	24	20 e 21 de agosto de 2010	03 e 04 de setembro de 2010	Profa. Graziela Morelli	MSc.	Unifebe	X	
Metodologia da Pesquisa	24	17 e 18 de setembro de 2010	01 e 02 de outubro de 2010	Profa. Clara Maria Furtado	MSc	Unifebe	X	

Materiais e Processos Produtivos	24	22 e 23 de outubro de 2010	05 e 06 de novembro de 2010	Profa. Maria Izabel Costa	MSc.	UDESC		X
Design de superfície e representação gráfica	24	19 e 20 de novembro de 2010	03 e 04 de dezembro de 2010	Profa. Daniela Novelli	MSc.	UDESC		X
Ergonomia do produto	24	25 e 26 de fevereiro de 2011	11 e 12 de março de 2011	Profa. Icléia Silveira	MSc.	UDESC		X
Planejamento e desenvolvimento de produtos de moda	36	25 e 26 de março e 08 e 09 de abril de 2011	15 e 16 de abril de 2011	Profa. Dorotéia Baduy Pires	MSc.	UEL		X
Design e sustentabilidade	12	06 e 07 de maio de 2011		Profa. Fernanda Hansch Beuren	Esp.	UTFPR		X
Marketing e comunicação estratégica	36	20 e 21 de maio de 2011, 03 e 04 de junho de 2011,	17 e 18 de junho de 2011	Profa. Roberta Del Vecchio	MSc.	Unifebe	X	
Planejamento estratégico	24	01 e 02 de julho de 2011	15 e 16 de julho de 2011	Prof. Luiz Pedro Benvenuti	MSc	Unifebe	X	
Seminário temático	12	29 e 30 de julho de 2011	12 e 13 de agosto de 2011	Profa. Clara Maria Furtado	MSc	Unifebe	X	

OBS:

- O curso contará com a participação dos professores acima, cabendo ressaltar a possibilidade de alteração e/ou ampliação do quadro, respeitadas sempre a qualificação acadêmica e a excelência didático-metodológica do curso.
- A elaboração do trabalho de conclusão do curso/TCC/artigo científico poderá se iniciar a partir do oferecimento da disciplina de Metodologia da Pesquisa.

#### 4.4 Metodologia de Ensino

Os participantes do curso terão acesso e facilidades em utilizar os recursos disponíveis na biblioteca da Unifebe. Os equipamentos de apoio pedagógico, tais como retroprojetor, vídeo e TV estão disponíveis na Unifebe para o corpo docente ou serão locados.

O curso será oferecido nos meses de março de 2010 a agosto de 2011 perfazendo uma carga horária de 360 horas de disciplinas obrigatórias, não computadas as horas para a elaboração da TCC (artigo Científico). A previsão da periodicidade das aulas se dará todos os finais de semana com intervalos no término de cada disciplina.

As aulas serão ministradas às sextas-feiras e sábados pela manhã e tarde quinzenalmente, conforme cronograma. 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 e total aceitação da turma.

Em consonância com o Regulamento da Pós Graduação, 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. 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. Nenhuma disciplina do curso de graduação pode ser usada para crédito de especialização.

Este curso de Pós-Graduação, em nível de **Especialização em Criação e Gestão de Produtos de Moda**, obedece às normas estabelecidas pela Resolução do CEE/SC nº 107, de 20 de novembro de 2007, do Conselho Estadual de Educação do Estado de Santa Catarina, homologada pelo Decreto Estadual nº 1.097 de 22 de fevereiro de 2008 e pelo Regulamento da Pós-Graduação da Unifebe.

O Certificado do curso será expedido conforme determinações da Resolução do CEE/SC nº 107 do CEE/SC. Nenhuma disciplina do curso de graduação poderá ser usada para crédito de especialização. A dispensa/validação de disciplinas já cursadas pelo aluno em outros cursos de pós-graduação poderá ser concedida mediante o atendimento das exigências do Regulamento de Pós-Graduação da Unifebe.

#### 4.4.1 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
<i>A</i>	<i>Excelente</i>	<i>9,0 a 10,0</i>
<i>B</i>	<i>Bom</i>	<i>7,0 a 8,9</i>
<i>C</i>	<i>Regular</i> <i>(Deverá ser compensado por conceito (A) em outra disciplina, para efeitos de média geral de aprovação)</i>	<i>5,0 a 6,9</i>
<i>D</i>	<i>Insuficiente</i>	<i>0,0 a 4,9</i>

- 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 em Criação e Gestão do Produto de Moda**.
- 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.
- 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.

#### 4.4.2 Avaliação Final: TCC (Artigo Científico)

O trabalho de conclusão de curso é individual e obrigatório nos cursos de pós-graduação *lato sensu* que tiverem previsto em seu projeto a sua elaboração **na**

**modalidade artigo científico**. Entende-se por **artigo científico** a análise e discussão de resultados de trabalhos teóricos, bem como investigação baseada em dados empíricos, utilizando metodologia científica, que coloque em questionamento modelos existentes ou que leve à reformulação de hipóteses para futuras pesquisas.

Os **artigos científicos** deverão ser inéditos e devem apresentar assuntos que tenham originalidade de conteúdo ou de tratamento, consistência e rigor na abordagem teórica; coerência na delimitação, caracterização e desenvolvimento do objeto abordado em consonância com o curso freqüentado e, ainda, clareza e correção de linguagem.

As normas para elaboração do **artigo científico** estão contidas no *Regulamento da Revista da Unifebe*.

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.

O TCC será avaliado e aprovado pela comissão avaliadora, composta pelo professor da disciplina de Metodologia da Pesquisa, um professor do quadro docente do curso designado pela coordenação e pela coordenação do curso.

Será considerado aprovado o aluno que satisfizer os seguintes requisitos:

- a) obtenção do número mínimo de horas definidas no Projeto do Curso;
- b) aprovação do artigo científico pelo professor de Metodologia da Pesquisa, pela coordenação de curso e por um professor designado, com conceito não inferior a "B";
- c) o artigo científico que receber conceito C poderá ser refeito e submetido à nova avaliação no prazo máximo de 30 (trinta) dias, conforme cronograma apresentado pela coordenação do curso e a Secretaria da Proppex;
- d) o aluno que obtiver no artigo científico conceito A deverá providenciar para a Proppex duas cópias do artigo científico impressa, que encaminhará uma a Biblioteca Acadêmica, além de uma cópia em CD-ROM, seguindo as demais instruções da Secretaria da Proppex;

- e) os artigos científicos que obtiverem conceito A poderão ser encaminhadas à Revista da Unifebe, juntamente com uma cópia em CD-ROM;
- f) o aluno que obtiver conceito B no artigo científico deverá providenciar cópia em CD-ROM, seguindo as demais instruções da Secretaria da Proppex.

#### **4.5 Recursos físicos e materiais a serem utilizados:**

##### a) Local e Horário de Funcionamento

Local: Unifebe – Campus Santa Terezinha – Brusque

Horário: sextas-feiras das 18h30min às 22 horas e sábados das 8 às 12horas e das 13 às 17horas, quinzenalmente.

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

##### b) Instituições (salas de aula, laboratórios, etc.)

Sala de aula equipada com projetor multimídia.

##### c) 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.

##### d) Recursos de Informática

Mediante agendamento prévio no Laboratório de Informática da Unifebe.

#### **4.6 Processo Seletivo**

##### 4.6.1 Inscrição para seleção:

Período: 01/02/10 á 12/03/10

Local: Proppex

Horário: Proppex das 9h às 12h e das 13 às 22h.

Pré-requisitos para ingresso no curso:

- Formulário de Inscrição;
- Cópia do diploma do curso superior;
- Cópia do histórico escolar do curso de graduação;
- 1 foto 3x4;
- Cópia Carteira de Identidade;
- Pagamento da taxa de inscrição.

#### 4.6.2 Seleção

Período: 15 e 16/03/2010

Forma adotada:

Documentação / Histórico Escolar

Outra: Possível Entrevista

#### 4.6.3 Matrículas

Período: 17, 18 e 19/2010

Local: Proppex

Horário: Proppex das 9h às 12h e das 13:00 às 22h.

#### 4.6.4 Início do Curso

Período: 26 de março de 2010

## **5 Previsão Orçamentária**

---

Será encaminhada planilha ao Conselho Administrativo.