



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

Minuta
Curso de Pós-Graduação *Lato Sensu*
MODA: PROCESSO E PRODUÇÃO

Brusque, julho de 2011.

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:	9
4.2.1	Dados relativos ao Corpo Docente e ao Coordenador do Curso	15
4.2.2	Dados Estatísticos do Corpo Docente:	21
4.3	Cronograma (ainda a ser complementado e ajustado pelo coordenador do Curso)	22
4.4	Metodologia de Ensino	20
4.4.1	Crêterios 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	24
4.6.1	Inscrição para seleção:	24
4.6.2	Seleção.....	24
4.6.3	Matrículas.....	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

Moda: Processo e Produção.

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. Arina Blum

Telefone: (47) 3211-7215

E-mail: arina@unifebe.edu.br

Professora e coordenadora do curso de Design de Moda da Unifebe (desde 2010/2); Docente do curso de Design da Unisinos (desde 2009); Coordenadora do Curso de Design da Feevale (2009 a 2010); Coordenadora dos Trabalhos de Conclusão do curso de Design da Feevale (2006 a 2010); Professora responsável pelo Núcleo de Design Gráfico do Centro de Design Feevale (2005 a 2010); Docente nos cursos de Design e Design de Moda da Feevale (de 2005 a 2010).

1.5 Titulação do Coordenador

Graduada em Desenho Industrial (Mackenzie, SP, 2001). Especialista em Design Gráfico (Unisinos, RS, 2003). Mestre em Design (Unisinos, RS, 2010).

2 Caracterização do Curso

2.1 Período de Realização

Início: setembro/2011

Turno: matutino, vespertino e noturno. Aulas em semanas alternadas, nas sextas-feiras de noite e sábados no período da manhã e tarde.

2.2 Carga Horária

360 horas + elaboração de TCC = Artigo Científico

08 horas de orientação

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 24/09 de 27/05/09 e alterado pela Resolução CA nº 06/10 de 18/05/10.

2.4 Autorização do Curso

Parecer Consuni nº 32/11, de 20/07/2011

Resolução CA nº aguardar

2.5 Curso oferecido

1ª vez

2ª vez

3ª vez

4ª vez ou mais vezes

2.6 Número de Vagas

30 vagas.

2.7 Clientela

O Curso destina-se a graduados em Design, Moda, Artes Plásticas, Comunicação Social, Administração ou áreas afins que tenham interesse em desenvolver ou aprimorar o conhecimento quanto ao processo e à produção de Design e Moda.

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 de estratégias de design, capacitando-o para a compreensão do sistema da moda e de seus processos.

3.1.2 Objetivos Específicos:

- Apresentar e discutir aspectos relevantes quanto ao processo e à produção da moda;
- Gerar novos conhecimentos visando a compreensão da importância e da relação da moda e do design;
- Atender demanda pela qualificação profissional do mercado de moda na região;
- Aprimorar o domínio de habilidades e conhecimentos para o desenvolvimento de projetos de produto de moda com foco no planejamento do processo;
- 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 para as necessidades do consumidor, sejam elas tangíveis ou emocionais. Extremamente dinâmico, o sistema da moda, antes restrito aos produtos do vestuário, atualmente amplia seu leque de alcance e atinge uma gama ampla e diversa de produtos de consumo, abarcando as questões estéticas e as linguagens construídas sobre os critérios de efemeridade.

Complementar a essas questões relacionadas ao mercado consumidor, a região do Vale do Itajaí possui tradição e força no que diz respeito a atuação na indústria têxtil e de confecção, concentrada nos arredores da cidade de Brusque. Inclui-se, ainda, a indústria calçadista no município de São João Batista e

que, também, está intimamente ligada a dinâmica de moda. A indústria têxtil e de confecção depara-se com uma constante evolução tecnológica, sendo que o desenvolvimento criativo e a gerência do processo de desenvolvimento dos produtos são resultado de recursos humanos que devem, continuamente, buscar qualificação para, assim, chegar a soluções diferenciadas e competitivas no mercado.

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 valor por meio dos conceitos de moda e dos instrumentos de design é uma maneira eficaz para o aumento da competitividade das empresas, já que possibilita diferenciação 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. Como de propiciar a esses profissionais – e outros interessados - uma ampla perspectiva de atualização e complementação da formação para maior atuação no mercado de trabalho, foi proposta a primeira edição da Pós-Graduação em Moda da Unifebe, denominada *Especialização em Criação e Gestão de Produtos de Moda*. Após a conclusão desta primeira turma em agosto de 2011, propõe-se a segunda edição, reformulada a partir de necessidades de alteração identificadas no decorrer da primeira edição. Seguindo o mesma linha condutora da primeira, a segunda edição traz novas disciplinas práticas e alinha o termo gestão à proposta em torno de disciplinas que abrangem o *processo de moda*. A segunda edição vem, assim, denominada de *Especialização em Moda: Processo e Produção*.

4 Estrutura e Funcionamento do Curso

4.1 Matriz Curricular

Professores	Título / IES	Disciplina	C/H
Prof. Mauricio Bergenthal de Andrade	Mestre/Feevale	Gestão do Design e Inovação	24
Profa. Mara Rúbia Sant'Anna	Dra./ UDESC	História e Cultura de Moda	24
Prof. James Luis Venturi	MSc/Unifebe	Gestão de pessoas (Em conjunto com MBA Gestão da C. Têxtil)	12
Prof. Arina Blum	MSc/ Unifebe	Design estratégico	24
Profa. Paula Visoná	MSc/Unisinos	Mercado e tendências de moda	24
Profa. Marina Seibert Cezar	MSc./Feevale	Design, Moda e sustentabilidade	12
Profa. Maria Izabel Costa	MSc/UDESC	Materiais e Processos Produtivos	24
Prof. Alex Ramires	Esp./ Unisc	Produção Fotográfica para Moda	24
Prof. Tais Vieira Pereira	MSc./Unisinos	Marketing e Identidade	24
Profa. Gicele Maria Cervi	Dra. / Furb	Didática do Ensino Superior (Em conjunto com MBA Gestão da C. Têxtil)	16
Profa. Graziela Morelli	MSc/ Unifebe	Produção de Moda	32
Profa. Bruna Ruschel	MSc./Feevale	Moda, Experiência e Emoção	12
Profa. Dorotéia Baduy Pires	MSc./UEL	Planejamento de Produtos de Moda	36
Profa. Roberta Del Vecchio	MSc. / Unifebe	Visual Merchandising	24
Clara Maria Furtado	MSc/ Unifebe	Metodologia da Pesquisa	36
À definir	Dr.	Seminário Temático	12
Carga Horária Total			360h
Orientação para o Artigo Científico			8h
Total			368h

4.2 Ementas e bibliografia básica das disciplinas:

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: História e Cultura 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.
- LAVIER, 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: Gestão de pessoas

CH: 12

Ementa: Diferenças individuais, moral, satisfação no trabalho, comunicação, conflitos, acidentes, fadiga, liderança, estudo das interações no pequeno grupo: Papel, "status", interação simbólica. Formação e Qualificação de Recursos humanos. O envolvimento dos Recursos Humanos da Empresa no Esforço pela Qualidade. Motivação à Qualidade. Abordagens Motivacionais e suas Estratégias. Fatores de Motivação. Programas Formais de Treinamento. Estratégias de Conscientização.

Bibliografia básica:

MACÊDO, Ivanildo Isaías de; RODRIGUES, Denize Ferreira; JOHANN, Maria Elizabeth Pupe; CUNHA, Neisa maria Martins de. Aspectos comportamentais da gestão de pessoas. 4ª e. Rio de Janeiro: FGV, 2005.
TACHIZAWA, Takeshy; FERREIRA, Victos Cláudio Paradela; FORTUNA, Antonio Alfredo Mello. Gestão com pessoas: uma abordagem aplicada às estratégias de negócios. 4ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2004
CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas. 2ª e. São Paulo: Ed. Campus. 2005

DISCIPLINA: Design 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:

BRUNNER, Robert; EMERY, Stewart. Gestão Estratégica do Design - Como um Ótimo Design Fará as Pessoas Amarem sua Empresa. São Paulo: M.Books, 2009.
CELASCHI, Flaviano; CAUTELA, Alessandro. Design e innovazione: strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci, 2007.
BROWN, Tim. Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevir, 2010.
MORAES, Dijon de. Metaprojeto: o design do design. Edgar Blucher, 2010.
MOZOTA, Brigitte Borja de. Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Porto Alegre: Bookman, 2011.

DISCIPLINA: Mercado e tendências de moda

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: Design, Moda e sustentabilidade

CH: 12

Ementa: Sustentabilidade. Design de produto, serviços e processos sob a ótica de Responsabilidade Social e Ambiental. Design, Moda e a disponibilidade de recursos. Gerência ambiental. Ecodesign: Cadeia de suprimento e fontes de matérias primas. Ciclo de vida do produto e descarte.

Referências:

ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; TACHIZAWA, Takeshy; CARVALHO, Ana Barreiros de. Gestão ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável. São Paulo: Makron Books, 2000.

BARBIERI, José Carlos. Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos. São Paulo Saraiva 2004.

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: 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: 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: 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 constam no Regulamento da Revista da Unifebe.

DISCIPLINA: Produção Fotográfica

CH: 24

Ementa: Mercado e segmentos de fotografia de moda. Estética e Semiótica na fotografia. Direção de editorial e book fotográfico. Aspectos de iluminação e enquadramento. Tendências cênicas.

Bibliografia básica:

SIEGEL, Eliot. Curso de fotografia de moda: princípios, practica. Blume, 2009

KOSSOY, Boris. Os tempos da fotografia: o efêmero e o perpétuo . Cotia, SP: Atelie, 2007.

KUBRUSLY, Cláudio Araújo. O que é fotografia. São Paulo: Brasiliense; Nova Cultural, 1986. 109 p.

Número de Chamada: 086.9 P953 85

AUMONT, Jacques. A imagem. 11 ed. Campinas: Papirus, 2006. 317 p.

Número de Chamada: 701.15 A925i 11. ed.

BORGES, Maria Eliza Linhares. História & fotografia. 2. ed., rev. e ampl. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

132 p. Número de Chamada: 770.9 B733h

RAMALHO, JOSÉ ANTÔNIO A; Fotografia digital. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2004.

DISCIPLINA: Didática do Ensino Superior

CH: 16

Ementa: Breve Gênese Histórica da Didática. O professor universitário: desafios e perspectivas. Relação Professor-aluno. O processo ensino-aprendizagem. Planejamento no Ensino Superior e seus componentes. A importância da utilização dos recursos didáticos na construção do conhecimento.

Bibliografia Básica:

ALTHAUS, M.T.M. Aula universitária: a dinâmica do ensinar-aprender. Jornal Nossa Voz. Guarapuava, maio/2002.

AMARAL, A. Aula universitária: um espaço com possibilidades interdisciplinares. In: VEIGA, I. Pedagogia universitária: a aula em foco. Campinas: Papirus, 2000. p.139- 150.

BERBEL N. Metodologia do ensino superior: realidade e significado, Campinas: Papirus, 1994.

BIGGE, M L. Teorias da aprendizagem para professores. Trad. José A . S. P. e Marcos A . Roufina. SP: EPU, 1997.

BORDENAVE, J.D. E PEREIRA, A. M. Estratégias de ensino – aprendizagem. Petrópolis:Vozes, 1995.

FREIRE, P. Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa.São Paulo: Paz e Terra , 1996.

CUNHA, M. I. O bom professor e sua prática. Campinas: Papirus, 1990.

FRANTZ, W, SILVA, E. As funções sociais da universidade: o papel da extensão e a questão das comunitárias. Ijuí: Unijuí, 2002.

GIL, Antonio Carlos. Didática do Ensino Superior. São Paulo : Atlas, 2006.

- GUIMARÃES, A. Extensão universitária como reconfiguração de saberes. In: Leite, D, Morosini, M (orgs). Universidade futurante: produção do ensino e inovação. Campinas: Papirus, 1997. p.55-76.
- LUCARELLI, E. Um desafio institucional: inovação e formação pedagógica do docente universitário. In: Castanho, S., Castanho, M. O que há de novo na educação superior: do projeto pedagógico à prática transformadora. Campinas: Papirus, 2000.
- MACHADO, N. J. Epistemologia e Didática: as concepções de conhecimento e inteligência e a prática docente. São Paulo: Cortez, 1996.
- MASSETTO, M. Didática: aula como centro. São Paulo: FTS, 1997.
- MASETTO, M. Docência na universidade. Campinas: Papirus, 1998.
- MASETTO, M. Docência universitária: repensando a aula. In: Teodoro, A, Vasconcelos, M. L. (orgs). Ensinar e aprender no ensino superior: por uma epistemologia da curiosidade na formação universitária. São Paulo: Mackenzie, 2003. p.79-108.
- MIZUKAMI, M. das Graças. Ensino: abordagens do processo. São Paulo: EPU, 1986.
- PERRENOUD, P. Práticas pedagógicas, profissão docente e formação. Lisboa: Dom Quixote, 1993
- PIMENTA, S. De professores, pesquisa e didática. Campinas: Papirus, 2002. p.129-144.
- RIBAS, M. H. Construindo a competência: processo de formação de professores. São Paulo: Olho d'Água, 2000.
- SACRISTÁN, G. J.(Org.). Compreender e transformar o ensino. Trad. Ernani Rosa. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.
- TEIXEIRA, M. Prática docente e autonomia do aluno: uma relação a ser construída em cursos de graduação. Tese de Doutorado. São Paulo: 2002.
- UNESCO, Declaração mundial sobre educação superior no século XXI: visão e ação. Piracicaba: UNIMEP, 1998.
- VEIGA, I. Aula universitária e inovação. In: Veiga, I. Pedagogia universitária: a aula em foco. Campinas: Papirus, 2000. p. 161-192.

DISCIPLINA: Produção de Moda

CH: 32

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

Bibliografia básica:

- 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.
- DIAS, Sérgio Roberto (coord.). Gestão de marketing. São Paulo: Saraiva, 2005.
- KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
- SCHMIDT, Érica. Marketing de varejo de moda: uma ênfase em médias empresas. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.
- WHEELER, Alina. Design de identidade da marca. Porto Alegre: Bookman, 2008.

DISCIPLINA: Moda, Experiência e Emoção

CH: 12

Ementa: Os sentidos e a percepção. Design de Experiência. Moda e os aspectos da emoção.

Bibliografia básica:

- CIDREIRA, Renata Pitombo. Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2005.
- FAGGIANI, Katia. O poder do design: da ostentação à emoção. Brasília: Thesaurus, 2006.
- LINDSTROM, Martin. Brand sense: a marca multissensorial. Porto Alegre, RS: Bookman, 2007.

MONT'ALVÃO, Claudia; DAMAZIO, Vera. Design, ergonomia, emoção. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.
NORMAN, Dolnald. Design Emocional: porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008
SCHMITT, Bernd. H. Marketing experimental. Rio de Janeiro: Nobel. 2001.

DISCIPLINA: Planejamento 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: Visual Merchandising

CH: 24

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.

Bibliografia básica:

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: Seminário Temático

CH: 12

Ementa: Moda e atualidade. Moda e prática profissional. Moda e ciência. Perspectivas e projeções da área.

Bibliografia básica:

CIDREIRA, Renata Pitombo. Os sentidos da moda. São Paulo: Annablume, 2005.
FEGHALI, Marta Kasznar; DWYER, Daniela. As engrenagens da moda. São Paulo: SENAC, 2001.
JONES, Sue Jenkyn. Fashion design. São Paulo: Cosac & Naify, 2005.
SORGER, Richard; UDALE, Jenny. Fundamentos de design de moda. Porto Alegre: Bookman, 2009.
VINCENT-RICARD, François. As espirais da moda. 4. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

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	Doutora
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/8949042412277782
E-mail	rubia_laguna@hotmail.com
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: Gestão do Design e inovação	
Nome do professor	Maurício Bergenthal de Andrade
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/1525953575309294
E-mail	0083736@feevale.br
Experiência acadêmica	Possui graduação em Administração de Empresas pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (1997). Especialista em Design Estratégico pela Escola de Design Unisinos e Instituto Politécnico de Milão.(2008) Mestre em Design pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2009). Atualmente Diretor Executivo do Parque Tecnológico do Vale dos Sinos - Valetec. Experiência na área de Administração, com ênfase em Gestão de Projetos, Desenvolvimento de Produtos, Marketing e Design Estratégico. Professor Universitário do Instituto de Ciências Exatas e Tecnológicas e do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Feevale nas disciplinas de Empreendedorismo, Mercados e Oportunidades e Plano de Negócios. Professor convidado da Faculdades da Serra Gaúcha, no Pós-graduação em Desenvolvimento de Produtos. Professor convidado da FAPA - Faculdade Porto Alegrense, no Pós-Graduação em Gestão de Negócios na Disciplina de Gestão da Inovação.
Disciplina: Mercado e tendências de moda	
Nome do professor	Paula Cristina Visoná
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/8731111887013225
E-mail	pvisona@unisinos.br

Experiência acadêmica	Graduada no Curso de Tecnólogo em Moda e Estilo pela Universidade de Caxias do Sul-UCS. É mestre em Design pela Universidade do Vale dos Sinos - Unisinos - tendo apresentado o trabalho: Design Estratégico e Design de Moda: Construção de Princípios Metodológicos para o Estudo de Tendências. É consultora de empresas, atuando nas áreas de pesquisa de tendências e desenvolvimento de produto Também trabalha como coordenadora e professora do curso de Especialização em Design Estratégico da Unisinos - Universidade do Vale dos Sinos - nas cidades de Porto Alegre e Caxias do Sul. Nessa mesma instituição, ministra aulas no curso de graduação em Design, na disciplina intitulada Atelier de Projeto 2, além de coordenar outros projetos institucionais.
-----------------------	---

Disciplina: Gestão de Pessoas

Nome do professor	James Luis Venturi
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/7485768691149298
E-mail	jamesbq@unifebe.edu.br ; james@univali.br

Experiência acadêmica	Graduação em Administração de Empresas pela Fundação Educacional do Alto Vale do Itajaí (1996), Especialização em Administração Rural (1998) e Gestão de Programas de Reforma Agrária e Assentamento (2000), ambos pela Universidade Federal de Lavras/MG, Especialização em Metodologia do Ensino Superior pela Universidade do Vale do Itajaí (2003), Especialização em Educación, Ciencia y Tecnología pela Universidad Nacional de Pilar (2008), Mestrado em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (2003). Doutorado em Ciências Empresariais pela Universidad Autónoma de Asunción e Universidad de Jaén (Espanha) (2007). Atualmente é pesquisador do Grupo Interuniversitario de Investigación Social pela Universidad de Cantabria, professor de graduação e pós-graduação da Universidade do Vale do Itajaí, Centro Universitário de Brusque, Faculdade Porto das Águas, Universidad Autónoma de Asunción e Universidad Nacional de Pilar no Paraguai, professor convidado da Università di Napoli (Itália), coordenador do curso de Administração da FAPAG, coordenador acadêmico do programa de MBA em Desenvolvimento de Empresas da Unifebe. Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Desenvolvimento Gerencial e Liderança, administração, empreendedorismo, planejamento, gestão da qualidade, gestão de restaurantes, pesquisa em administração e desenvolvimento regional. Possui 5 livros publicados na área de gestão. Diretor de Projetos e Captação de Recursos da Associação Empresarial de Itapema.
-----------------------	---

Disciplina: Design Estratégico

Nome do professor	Arina Blum
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/9893937507376435
E-mail	arina@unifebe.edu.br

Experiência acadêmica	Possui graduação em Desenho Industrial com habilitação em Programação Visual pela Universidade Mackenzie (SP, 2001), especialização em Design Gráfico pela Unisinos (RS, 2003) e mestrado em Design Estratégico pela Unisinos (RS, 2010). Faz parte do corpo docente do curso de Design da Universidade Vale do Rio dos Sinos (Unisinos, RS) tendo lecionado, em 2009, a disciplina Desenho Livre. Atualmente, é docente e coordenadora do curso de Design de Moda do Centro Universitário de Brusque (Unifebe). Atuou, de 2005 a 2010, na Universidade Feevale (RS), onde: coordenou o curso de Design; supervisionou estágios; ministrou disciplinas nos cursos de Moda (Computação Gráfica e Cor e Composição) e Design (Projeto de Embalagens, Metodologia Visual II, Computação Gráfica e Trabalho de Conclusão I e II); coordenou os trabalhos de conclusão do curso de Design; foi responsável pela área de Design Gráfico do Centro de Design Feevale.
-----------------------	--

Disciplina: Produção de Moda

Nome do professor	Graziela Morelli
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/4182775973936632
E-mail	graziela@unifebe.edu.br

Experiência acadêmica	Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Ciências da Linguagem pela Unisul. 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 professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Catarinense no Campus Avançado de Ibirama. Atuou como coordenadora e professora do curso de Design de Moda da Unifebe, coordenou o Curso de Especialização em Criação e Gestão de Produtos de Moda da Unifebe e foi professora do curso de graduação em Design de Moda da Univali. Colunista de moda - Jornal O Município e colaboradora da Revista Catarina. Tem experiência na área de comunicação, com ênfase em comunicação de moda e em desenvolvimento de projetos de vestuário atuando principalmente nos seguintes temas: moda, design, vestuário, tendências, estilo e sustentabilidade
-----------------------	---

Disciplina: Materiais e Processos Produtivos

Nome do professor	Maria Izabel Costa
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/1143838693098544
E-mail	mbellcosta@gmail.com

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 I Centro de Artes I 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 gestora de Criação e Integração Universidade-Empresa do Santa Catarina Moda Contemporânea – SCMC.
-----------------------	--

Disciplina: Planejamento e desenvolvimento de produtos de moda

Nome do professor	Dorotéia Baduy Pires
Titulação	Mestre

Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/6407761193198653
E-mail	doroteia@sercomtel.com.br
Experiência acadêmica	Dedica seus estudos, pesquisas e publicações à área de design de moda, especialmente educação e cultura de design. É docente do Departamento de Design da Universidade Estadual de Londrina. Desenvolve ampla atividade acadêmica em cursos lato sensu na área da moda em diversas instituições de ensino. Mestre em Educação PUCPR; Bacharel em Desenho Industrial - PUCPR; Bacharel em Pintura - Escola de Música e Belas Artes do Paraná. Atuou como Presidente da Comissão Verificadora da Área de Design MEC/Setec de 2001-2006. Atua como Avaliadora do MEC, desde 2000. Coordena o Projeto Milano: cultura, design e criação de moda Itália e França, desde 2000 www.projetomilano.pro.br . Organizadora e autora da obra Design de moda: olhares diversos da Editora Estação das Letras e Cores, 2008. Desde 2006 coordena o Fórum das Escolas de Moda do Colóquio de Moda www.coloquiodemoda.com.br Autora do conteúdo do setor moda vestuário do portal do DesignBrasil do MDIC www.designbrasil.org.br/setoresprodutivos/setor-de-moda-e-vestuario?=&Moda Vice-Presidente da Associação Brasileira de Estudos e Pesquisa em Moda. Delegada Setorial da Moda na II Conferência Nacional de Cultura do Ministério da Cultura. Compõe o Colegiado Setorial de Moda do MINC > Compõe o Conselho Empresarial do Instituto Zuzu Angel, Conselhos Editoriais da Editora Memória Visual e revista Dobras.

Disciplina: Design, Moda e sustentabilidade

Nome do professor	Marina Seibert Cezar
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/6575472075197892
E-mail	marinac@feevale.br
Experiência acadêmica	Graduada pela Universidade de Caxias do Sul/RS em Tecnologia em Moda e Estilo. Especialista em Cultura de Moda, pela Anhembi Morumbi/SP. Mestre em Moda, Cultura e Arte no SENAC/SP. Formada pela Arts University College - Bournemouth/UK. Professora nos cursos de Design e de Moda, ambos na Universidade Feevale. Responsável pelo Grupo de Pesquisa de Tendências Comportamentais do Centro de Design. Líder do projeto de extensão Moda em Produção que capacita mulheres em vulnerabilidade e risco social para geração de trabalho e renda. Presta consultorias para agências de publicidade e propaganda. Colunista da revista About Shoes.

Nome do professor	Roberta Del Vechio de Oliveira e Silva
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/8046438283815543
E-mail	rovechio@terra.com.br
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: Metodologia da Pesquisa

Nome do professor	Clara Maria Furtado
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/7662020425168614

E-mail	clara@unifebe.edu.br; claramaria@terra.com.br
Experiência acadêmica	Possui graduação em Pedagogia pelo Fundação Universidade Regional de Blumenau (1991) , especialização em Administração Escolar pela Universidade do Vale do Itajaí (1993) , mestrado em Educação (Currículo) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2001) , ensino-fundamental-primeiro-grau pelo Colégio Estadual Feliciano Pires (1984) , ensino-medio-segundo-grau pelo Colégio Cônsul Carlos Renaux (1987) e aperfeiçoamento em Fundamentos da Educação pelo Centro Universitário de Brusque (1996) . Atualmente é Professora do Centro Universitário de Brusque, Coord Estágio Supervisionado Curso de Letras do Centro Universitário de Brusque, Assessoria Pedagógica do Fundação Universidade Regional de Blumenau, Instrutor III da SENAI - Departamento Regional de Santa Catarina e Membro de corpo editorial da Revista da UNIFEBE. Tem experiência na área de Educação , com ênfase em Formação Docente. Atuando principalmente nos seguintes temas: Formação de Professores, Fundamentos em Educação, Políticas Educacionais.
Disciplina: Produção Fotográfica para Moda	
Nome do professor	Alexsandro Funck Ramires
Titulação	Especialista
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/7745678736728359
E-mail	alex@estudionave.com.br
Experiência acadêmica	Possui graduação em Fotografia e Artes Visuais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1997) e especialização em Pós Marketing e Design de Moda pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (2008) . Sólida experiência de trabalho em fotografia, artes visuais, direção de arte, styling e produção de moda, pesquisa de moda e docência universitária em graduação e pós-graduação. Dirige o Estudionave, estúdio fotográfico especializado em fotografia de moda e publicidade, e o Mentis Inquietas - Espíritos Criativos, espaço de fotografia, arte, moda e design, ambos em Porto Alegre.
Disciplina: Marketing e Identidade	
Nome do professor	Taís Vieira Pereira
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/5584537242727676
E-mail	taisvp@yahoo.com.br
Experiência acadêmica	Mestre em Design pela Universidade do Vale dos Sinos - Unisinos (2010). Graduada em Publicidade e Propaganda pela Universidade Feevale (2003). É professora no Curso Superior de Comunicação Social nas Faculdades Integradas de Taquara - Faccat e no Curso Técnico do Instituto de Educação Ivoti, com ênfase em Design Gráfico. Oferece cursos de extensão nas áreas da comunicação e do design. Atua como profissional autônoma pela Logobrasil - Estúdio de Criação, desenvolvendo projetos na área da comunicação visual (identidades visuais, embalagens, entre outros).
Disciplina: Didática do Ensino Superior	
Nome do professor	Gicele Maria Cervi
Titulação	Doutora
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/3699065025945919
E-mail	gcervi@furb.br

Experiência acadêmica	Doutora em Ciências Sociais na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2010). Mestre em Educação pela Fundação Universidade Regional de Blumenau (1998). Graduada em Pedagogia pela Universidade do Vale do Itajaí (1988). Professor titular do Departamento de Educação na Fundação Universidade Regional de Blumenau e Assessora da Pró-Reitoria de Ensino de Graduação, Ensino Médio e Profissionalizante. Professora em Docência no Ensino Superior no Mestrado em Engenharia Química. Coordenadora Institucional do PIBID/2011. Estudando e trabalhando com as temáticas: escola, formação docente, gestão e currículo.
-----------------------	---

Disciplina: Moda, Experiência e Emoção

Nome do professor	Bruna Ruschel Moreira
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/6563774047565797
E-mail	brunaruschel@feevale.br
Experiência acadêmica	Possui mestrado em Design; especialização em Expressão Gráfica; e graduação em Moda. Atualmente é professora do Curso de Moda da Universidade Feevale e dos Cursos de Design e de Moda da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Atual coordenadora do Centro de Design Feevale, é responsável pelos projetos de pesquisa e de desenvolvimento de produto. Foi coordenadora do núcleo de Moda da Apdesign - Associação dos Designers do Rio Grande do Sul. Durante a graduação, foi bolsista de iniciação científica do CNPQ, alocada no Centro de Design Feevale. Além de experiência docente, também tem conhecimento na área de Projeto de Produtos e Serviços.

Disciplina: Visual Merchandising

Nome do professor	Roberta Del-Vechio de Oliveira e Silva
Titulação	Mestre
Lattes (nº)	http://lattes.cnpq.br/8046438283815543
E-mail	vechio@terra.com.br
Experiência acadêmica	Mestra em Educação (FURB, 2005), Especialista em Moda (UNERJ, 1999), Graduada em Comunicação Social - Hab. em Publicidade e Propaganda (FURB, 1997). Docente da FURB - Universidade Regional de Blumenau (Curso de Publicidade e Propaganda) e UNIFEBE (Curso de Design de Moda). Docente de Pós-Graduação do ICPG - Instituto Catarinense de Pós Graduação e FURB (Pós em Negócios da Moda). Profissional do Visual Merchandising da Rede Flamingo - Moda em Cama, Mesa e Banho. Professora integrante da Linha de Pesquisa Mídia e Desenvolvimento Regional (FURB). Tem experiência na área de Comunicação e Moda e atua principalmente nos seguintes temas: Moda, Merchandising, Marketing, Publicidade, Propaganda e Varejo.

Disciplina: Seminário Temático

Nome do professor	
Titulação	
Lattes (nº)	
E-mail	
Experiência acadêmica	

4.2.2 Dados Estatísticos do Corpo Docente:

a) Informações gerais

Nº total de docentes que ministrarão o curso: 16

Nº docentes pertencentes ao quadro permanente da Unifebe: 5

Nº de docentes externos à Unifebe: 11

b) Titulação:

Nº de Especialistas: 01

Nº de Mestres: 11

Nº de Doutores: 04

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
Design Estratégico	24	21/10/11	03/12/11	Arina Blum	Mestre	Unifebe
Gestão de Pessoas	12	04/11/11	02/12/11	James Luis Venturi	Mestre	Unifebe
História e Cultura de Moda	24	27/01/12	11/02/12	Mara Rúbia Sant'Anna	Doutora	Udesc
Design, Moda e sustentabilidade	12	24/02/12	25/02/12	Marina Seibert Cezar	Mestre	Feevale
Materiais e Processos Produtivos	24	09/03/12	24/03/12	Maria Izabel Costa	Mestre	Udesc
Mercado e Tendências de Moda	24	13/04/12	28/04/12	Paula Cristina Visoná	Mestre	Unisinos
Metodologia da Pesquisa	24	11/05/12	26/05/12	Clara Maria Furtado	Mestre	Unifebe
Marketing e Identidade	24	08/06/12	23/06/12	Taís Vieira Pereira	Mestre	Unisinos
Didática do Ensino Superior	16	06/07/12	24/08/12	Gicele Maria Cervi	Doutora	Furb
Produção de Moda	32	07/07/12	25/08/12	Graziela Morelli	Mestre	Unifebe
Moda, Experiência e Emoção	12	14/09/12	15/09/12	Bruna Ruschel	Mestre	Feevale
Planejamento de Produtos de Moda	36	05/10/12	27/10/12	Dorotéia Baduy Pires	Mestre	Uel
Visual Merchandising	24	09/11/12	24/11/12	Roberta Del Vechio	Mestre	Unifebe
Metodologia da Pesquisa	08	07/12/12	14/12/12	Clara Maria Furtado	Mestre	Unifebe
Produção Fotográfica para Moda	24	25/01/13	09/02/13	Alexsandro Funck Ramires	Espec.	Unisc
Gestão do Design e inovação	24	22/02/13	23/02/13	Mauricio Bergenthal de Andrade	Mestre	Feevale
Metodologia da Pesquisa	04	22/03/13	22/03/13	Clara Maria Furtado	Mestre	Unifebe
Seminário Temático	12			À definir	Doutor	SP ou RJ

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 previsão da periodicidade das aulas se dará preferencialmente a cada quinze dias. A elaboração do Artigo Científico poderá se iniciar a partir do oferecimento da disciplina de Metodologia Científica.
- As aulas serão ministradas às sextas-feiras e sábados, conforme cronograma. Cabe ressaltar a possibilidade de alteração do local e horário de funcionamento, mediante prévia definição com a turma.
- A Unifebe reserva-se o direito de alterar as datas do cronograma proposto e o corpo docente em casos específicos para assegurar o regular andamento do curso.
- A Unifebe reserva-se o direito de não realizar o curso caso o número mínimo de alunos não seja preenchido.
- A elaboração do trabalho de conclusão do curso/TCC/artigo científico poderá se iniciar a partir do oferecimento da disciplina de Metodologia da Pesquisa.
- A disciplina Seminário Temático ocorrerá em ocasiões diversas, com datas, professor e temas a serem comunicados no decorrer do curso.

4.4 Metodologia de 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.

As disciplinas do curso serão oferecidas nos meses de setembro de 2011 a dezembro de 2012, perfazendo uma carga horária de 360 horas em disciplinas obrigatórias, não computadas as horas para a elaboração da TCC (artigo Científico).

As aulas serão ministradas às sextas-feiras no período noturno e sábados pela manhã e à tarde. As aulas ocorrerão geralmente de maneira quinzenal, conforme cronograma. Cabe ressaltar a possibilidade de alteração do local, data e horário de funcionamento, com conhecimento e aprovação da Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão e 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, entre outros, ficando a avaliação do desempenho dos alunos sob a responsabilidade do professor.

Este curso de Pós-Graduação, em nível de **Especialização**, intitulado “**MODA: PROCESSO E PRODUÇÃO**”, 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 (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 frequentado 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.

a) Orientação do Trabalho de Conclusão de Curso – Artigo Científico:

- O professor orientador deverá ter preferencialmente a titulação de Mestre.
- O professor orientador deverá preferencialmente estar vinculado ao corpo docente do curso ou ser docente da Unifebe.
- O aluno poderá sugerir a indicação do professor orientador, sendo que, a designação será da Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão, observados os critérios de titulação e vínculo empregatício.
- O artigo científico será supervisionado, avaliado e aprovado pelo professor orientador.
- A elaboração do artigo científico e a orientação poderão iniciar após a realização da disciplina de Metodologia da Pesquisa.
- O aluno deverá protocolar na secretaria da Pró-Reitoria em formulário específico referente às atividades de elaboração do Artigo Científico. O formulário deverá ser protocolado antes do término da penúltima disciplina do curso.
- O aluno terá o direito a 8 (oito) horas de orientação individual para a elaboração do artigo científico.
- Cada professor poderá orientar, no máximo, 04 (quatro) artigos científicos, salvo autorização expressa da Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão.
- O professor deverá receber por 8 (oito) horas de orientação por aluno.
- A remuneração do professor será por meio de contrato específico de prestação de serviços.
- O acompanhamento das orientações será realizado pela coordenação do curso e repassado a Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão.

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 18h às 22 horas e sábados das 8 às 12horas e das 13 às 17horas, quinzenalmente ou conforme calendário.

- 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.

e) Laboratório de Design de Moda

Mediante agendamento prévio com a coordenação do curso.

4.6 Processo Seletivo

4.6.1 Inscrição para seleção:

Período: 01/09/11 a 30/09/11

Local: Site da Unifebe

Pré-requisitos para ingresso no curso:

- Cópia do diploma do curso superior (frente e verso);
- Cópia do histórico escolar do curso de graduação;
- 1 foto 3x4;
- Cópia Carteira de Identidade e CPF;
- Pagamento da taxa de inscrição.

4.6.2 Seleção

Período: 03, 04 e 05/10/11

Forma adotada:

Documentação / Histórico Escolar

Outra: Possível Entrevista

4.6.3 Matrículas

Período: 03, 04 e 05/10/11

Local: Proppex

Horário: Proppex das 8h às 12h e das 13:00 às 22h.

4.6.4 Início do Curso

Período: 21 de outubro de 2011

5 Previsão Orçamentária

Será encaminhada planilha ao Conselho Administrativo.