



Serviço Público Federal  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense  
Pró-Reitoria de Ensino

<b>DISCIPLINA:</b> Moda e Comunicação	
<b>Vigência:</b> a partir de 2015/1	<b>Período letivo:</b> Optativa
<b>Carga horária total:</b> 30h	<b>Código:</b> CAVG_CES.88
<b>Ementa:</b> Estudo sobre a relevância da comunicação na moda, como interlocução na associação entre comportamento e linguagem visual. Abordagem da composição e produção de imagens de moda, relacionando características artísticas e comerciais aplicadas às diferentes mídias.	

## Conteúdos

### UNIDADE I - A Segmentação do Mercado

- 1.1 Variáveis demográficas
- 1.2 Variáveis geográficas
- 1.3 Variáveis psicográficas
- 1.4 Variáveis de uso e benefício

### UNIDADE II - Introdução a *Branding*

- 2.1 Definição e construção da marca
- 2.2 Objetivo de *branding*
- 2.3 Desenvolvimento e gestão da identidade da marca
- 2.4. Estratégia e administração de marca

### UNIDADE III - Comunicação e Promoção de Moda

- 3.1 Planejamento e desenvolvimento comunicacional
- 3.2 Mix promocional - ferramentas
- 3.2 Publicidade de moda

### UNIDADE IV - *Visual Merchandising*

- 4.1 Área de atuação do *visual merchandiser*
- 4.2 Princípios do design inseridos em uma vitrina
- 4.3 Apresentação do produto
- 4.4 Pesquisa e desenvolvimento do design visual
- 4.5 Temas visuais

### UNIDADE V - *Styling* e Produção de Moda

- 5.1 Área de atuação de um produtor de moda
- 5.2 *Briefing* e pesquisa
- 5.3 Cronograma e orçamento
- 5.4 Edição de looks
- 5.5 Des-produção

### UNIDADE VI - Consultoria de Imagem e Marketing Pessoal

- 6.1 Área de atuação dos profissionais da imagem, formas de contratação e remuneração de acordo com o tipo de serviço
- 6.2 Quem são os clientes?
- 6.3 Imagem percebida X Imagem planejada
- 6.4 *Briefing*



Serviço Público Federal  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense  
Pró-Reitoria de Ensino

- 6.5 Tipo físico
- 6.6 Tipos de Estilos
- 6.7 Significado das cores
- 6.8 *Dress code*
- 6.9 Estratégias de consultoria
- 6.10 Dossiê do cliente

### **Bibliografia básica**

CAETANO, Joaquim; *et al.* **Marketing e comunicação em moda:** Uma nova realidade. Lisboa: Escolar Editora, 2011.  
MOORE, Gwyneth. **Promoção de moda.** São Paulo: Editorial Gustavo Gilli, 2013.  
POSNER, Harriet. **Marketing de moda.** São Paulo: Editorial Gustavo Gilli, 2011.

### **Bibliografia complementar**

AGUIAR, Tita. **Personal Stylist:** guia para consultores de imagem. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.  
BAILEY, Sara. **Moda e visual merchandising.** São Paulo: Gustavo Gili, 2014.  
COBRA, Marcos. **Marketing & moda.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.  
GARCIA, Carol. **Moda é comunicação:** experiências, memórias, vínculos. 2. ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2008.  
JOFILLY, Ruth; ANDRADE, Maria de. **Produção de Moda.** Rio de Janeiro, Senac Nacional, 2011.  
MC ASSEY, Jacqueline. **Styling de moda.** Porto Alegre: Bookman, 2013.