



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE BRASÍLIA
CAMPUS TAGUATINGA**

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

**EIXO TECNOLÓGICO:
PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN**

**Brasília – DF
2014**

GESTORES DO INSTITUTO FEDERAL DE BRASÍLIA:

Reitor: Wilson Conciani

Pró-Reitor de Ensino: Adilson César de Araújo

Diretor de Políticas de Ensino: Maria Eveline Pinheiro Villar de Queiroz

Diretora de Desenvolvimento de Ensino: Ana Carolina Simões

Coordenadora-Geral de Graduação: Hellen Cristina Cavalcante Amorim

Diretor-Geral do Campus Taguatinga: Leonardo Moreira Leódido

Diretor de Ensino, Pesquisa e Extensão: Fabiano Cavalcanti Fernandes.

Coordenador-Geral de Ensino: Cristiano Pereira da Silva

Coordenador da Área de Vestuário: Alexandre Guimarães Rodrigues

COMISSÃO PARA ELABORAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

A Portaria 1389, de 08 de novembro de 2013, designou a seguinte comissão para elaboração deste Projeto:

Profª Esp. Camila Rodrigues da Fonseca

Prof. Me. Francisco Nunes dos Reis Junior

Profª MSc. Juliana Rangel de Moraes Pimentel

Profª. Ma. Priscila Bosquê de Almeida Batista

Profª. Ma. Rafaela Felipe Asmar

Colaboração: Profª Esp. Moema Carvalho

SUMÁRIO

I-IDENTIFICAÇÃO	4
II- HISTÓRICO E CONTEXTUALIZAÇÃO	6
2.1. O INSTITUTO FEDERAL DE BRASÍLIA – CAMPUS TAGUATINGA.....	6
2.2. ÁREA DO VESTUÁRIO.....	7
2.3. O DESIGN DE MODA.....	7
III- JUSTIFICATIVA.....	8
3.1. A REGIÃO	10
3.1.1.Taguatinga, Samambaia e Ceilândia	11
3.1.2. Guará	13
3.2. MODA E MERCADO NO DISTRITO FEDERAL	13
3.3. DEMANDA PROFISSIONAL.....	14
IV-OBJETIVOS.....	16
V- REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO	17
VI- PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO.....	18
6.1. DESIGNER DE MODA	19
6.2. STYLIST.....	20
6.3. VITRINISTA	21
6.4. COMPRADOR DE PRODUTOS DE VESTUÁRIO (BUYER).....	22
VII- CAMPO DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL	22
VIII- CONCEPÇÃO E PRINCÍPIOS PEDAGÓGICOS.....	23
IX- ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	24
9.1. EMENTÁRIO	24
9.2. PERÍODOS LETIVOS E DISTRIBUIÇÃO DE COMPONENTES	51
9.3. NÚCLEOS DE FORMAÇÃO QUE ESTRUTURAM O CURSO	54
9.4. FLUXOGRAMA	57
.....	59
9.5. COMPONENTES OPTATIVOS	60
9.6. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO:	61
9.7. ESTÁGIO OBRIGATÓRIO	61
X- AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM	63
10.1. AVALIAÇÕES.....	63

10.2. APROVEITAMENTO DE ESTUDOS.....	64
10.3. PESQUISA E EXTENSÃO.....	65
XI- INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS.....	66
XII- PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO ADMINISTRATIVO	68
12.1. CORPO DOCENTE.....	68
12.2. NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE – N.D.E.	70
12.3. CORPO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO	71
XIII- DIPLOMA	72
XIV- AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO	72
XV- ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS.....	73
REFERÊNCIAS:.....	73
BIBLIOGRAFIA:.....	74

I-IDENTIFICAÇÃO

Mantenedora: Ministério da Educação

Nome de Fantasia: MEC

CNPJ: 00.394.445/0124-52

Instituição: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília

CNPJ: 10.791.831/0001-82

Razão Social: Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Brasília

Nome de Fantasia: IFB

Campus Taguatinga

Esfera Administrativa: Federal

Categoria: Pública Federal

Endereço: QNM 40, Área Especial nº 01, Taguatinga/DF

Cidade: Taguatinga / UF: DF / CEP: 72146-000

Telefone: (61) 2103 2200

Sítio: <http://www.ifb.edu.br/taguatinga>

1. Denominação: Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda
2. Eixo Tecnológico: Produção Cultural e Design
3. Nível Graduação: Tecnológica
4. Modalidade: Curso presencial
5. Título: Tecnólogo em Design de Moda
6. Carga Horária Total do Curso: 1.620 h.r. + 100 h.r de Estágio Obrigatório
7. Total de horas-aula: 1.944 h.a. (1.620 h.r.)
8. Estágio: Obrigatório: 100 h.r.
9. Período de Integralização: mínimo 03 (três) anos; e máximo 06 (seis) anos;
10. Forma de Acesso: Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) ou Sistema de Seleção Unificada (SISU) e casos previstos na resolução que regulamenta os procedimentos administrativos e a organização didático pedagógica dos cursos de graduação do Instituto Federal de Brasília (Res. nº 028-2012/CS-IFB).
11. Número de Vagas: 30 vagas anuais

12. Turno: Diurno e Noturno
13. Regime de Matrícula: Por Componente Curricular
14. Sistema de Matrícula: carga horária
15. Periodicidade Letiva: Semestral

II- HISTÓRICO E CONTEXTUALIZAÇÃO

2.1. O INSTITUTO FEDERAL DE BRASÍLIA – CAMPUS TAGUATINGA

Criado em 2008, pela Lei nº11.892, mediante transformação da Escola Técnica Federal de Brasília, o Instituto Federal de Brasília foi inicialmente formado por cinco *campi*: Taguatinga, Planaltina, Samambaia, Brasília e Gama.

O *Campus* Taguatinga teve, através de Consulta Pública, suas áreas de atuação definidas, sendo estas: Vestuário, Eletromecânica e Informática, além do curso específico de Licenciatura em Física.

No ano de 2010, a área de Vestuário deu início aos trabalhos com a oferta de cursos de Formação Inicial e Continuada (FIC) em Vitrinismo (ministrado pela Prof^a Camila Fonseca) e Personal Styling (sob a responsabilidade da Prof^a Rafaela Asmar). Também, em acordo com o Centro Educacional 07 de Taguatinga (CED 07) – GDF, o curso de Produção de Moda.

Em 2011 deu-se o início do Curso Técnico em Vestuário, após elaboração do Projeto Pedagógico do Curso. Após estudos sobre o Arranjo Produtivo Local de Vestuário do Distrito Federal e observação de necessidades mercadológicas para a definição de Matriz Curricular, optou-se por mesclar alguns componentes curriculares que pudessem contemplar a vocação profissional da região. Estas, pertencentes ao Eixo Tecnológico Produção Cultural e Design e não ao de Produção Industrial, onde se encaixa o curso em questão.

Fora percebido, a partir do início do Curso Técnico em Vestuário, a vontade dos alunos em seguir seus estudos dentro da área. No entanto, a

estrutura específica de desenvolvimento da área de moda da região do Distrito Federal demanda outro tipo de formação, em outro Eixo Tecnológico (no caso, em Produção Cultural e Design). Faz-se entender que isso é uma característica regional e pouco comum ao restante do País, inclusive ao Estado de Goiás – que já esteve dentre os cinco estados intitulados Polos Confeccionistas pela Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (ABIT) – que faz divisa com o DF.

2.2. ÁREA DO VESTUÁRIO

A Área de Vestuário do Campus Taguatinga abrigará o Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda. Apesar da nomenclatura utilizada e adotada pelo Ministério da Educação – Moda como vestimenta e não como fenômeno sociológico – os objetos que serão estudados no curso estão diretamente relacionados ao que se entendem, dentro de um senso comum, como pertencentes à indústria de produtos de vestuário, suas conexões com o mercado varejista e suas relações com o usuário final.

A área de conhecimento apontada em consulta pública como vocacional da região onde está localizado o Campus Taguatinga, portanto, expande as oportunidades de aprimoramento de estudos, seguindo a determinação de verticalização do ensino indicada pela Lei de criação dos Institutos Federais. Apesar de pertencente a outro Eixo, o Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda pretende cumprir com as necessidades regionais de inserção de profissionais competentes para atendimento das demandas de mercado da área.

2.3. O DESIGN DE MODA

Com o ingressar das turmas no curso técnico oferecido pela Área do Vestuário, desde 2011, observou-se uma enorme vocação do corpo discente para as questões específicas do design. O perfil do alunado, anteriormente detectado e já esperado para a elaboração de grade curricular do Curso Técnico em Vestuário, fora confirmado nas mais de cinco turmas formadas: em grande parte, pessoas que já possuem uma estrutura de maquinário e já atuam, de uma

forma ou de outra, na área de vestuário, formal ou informalmente.

A análise fora feita com base no desenvolvimento da moda local, sobre informações e repercussões das produções de objetos do vestuário do Distrito Federal. Foram também analisadas questões práticas para a atuação de um profissional de Design de Moda no contexto sócio-econômico-cultural da região.

Questionamentos sobre o título Design de Moda à parte, o vestuário no DF encontra-se confirmado como um grupo de produtos essencialmente comercializáveis e pouco produzidos dentro da esfera industrial Distrital.

III- JUSTIFICATIVA

A oferta do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, realizada pelo *Campus* Taguatinga do Instituto Federal de Brasília, encontra-se dentro das metas estabelecidas para o ano de 2011 e confirmada pela Resolução nº 001-2014 CS-IFB, com abertura prevista para 01/2015.

Consideram-se, como base, observações sobre:

“- que os Institutos Federais têm, na condição de Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica – REDE, eixo norteador e ideário comum a sustentar sua razão de existir;

- que a condição de REDE pressupõe a obrigação em tecer relações entre as instituições que a compõem e, a partir delas, com outras, cujo compartilhamento de ideias e ações contribuem para cumprimento de sua missão institucional; (...)

- que os Institutos Federais – IF devem atuar como agentes colaboradores na estruturação das políticas públicas para a região que polariza, estabelecendo uma interação mais direta junto ao poder público e às comunidades e representações locais e regionais, significado maior da articulação com os arranjos produtivos, sociais e culturais; (...)

- A verticalização do ensino e sua integração com a pesquisa e extensão sempre em benefício da sociedade, a eficácia nas respostas de formação profissional, a construção, a difusão e a democratização do conhecimento científico e tecnológico, suporte e interação com os arranjos produtivos, sociais e culturas locais, fundamentos estruturantes dos Institutos Federais; (...)

- que a atuação dos Institutos Federais – IF, pautada na democratização do acesso e permanência nos processos formativos implica na ampliação da oferta, na necessidade de reduzir taxas de evasão, na ocupação de vagas ociosas, e sua ocupação em todos os turnos, especialmente no período noturno; (...)

- a necessidade da diversificação da oferta de cursos, especialmente os inovadores, sintonizados com as demandas que contribuam para o desenvolvimento local e regional e, conseqüentemente, a sua adequação aos Catálogos Nacionais de Cursos Técnicos, Superiores de Tecnologia e demais catálogos nacionais;”

(Acordos de Metas e Compromissos IFB)

Considerando os princípios norteadores de criação e permanência dos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, os arranjos produtivos locais da região onde o *Campus Taguatinga* está inserido, as carências apontadas por empresários da área relacionada, as inúmeras possibilidades de absorção dos profissionais com a formação proposta, fora estruturado este Projeto. A intenção é de atender as especificidades de formação de Design e de Moda para atuação na região do Distrito Federal bem como cumprir com a tão incentivada verticalização do ensino, exposta nos inúmeros documentos que identificam os trabalhos dos Institutos Federais.

3.1. A REGIÃO

O *Campus Taguatinga* encontra-se localizado entre as chamadas cidades satélites Taguatinga e Ceilândia, sendo a primeira conhecida em todo o Distrito

Federal por sua oferta de produtos e serviços relacionados aos produtos de vestuário, abrigando lojas de matérias-primas (tecidos e aviamentos), de roupas e micro e pequenas indústrias de confecção.



O cenário para o desenvolvimento do Setor do Vestuário no Distrito Federal se encontra em pleno crescimento econômico, de acordo com o plano de desenvolvimento do Arranjo Produtivo Local (APL) do Vestuário do Distrito Federal. O APL do Vestuário do Distrito Federal é constituído por empresas e grupos ligados aos setores de uniformes profissionais, moda praia e moda feminina e masculina, considerado estes, os principais segmentos desta área. Este estudo envolveu as empresas situadas em Brasília e nas demais Regiões Administrativas e cidades do Entorno, como Sobradinho, Paranoá, Riacho Fundo I e II, Taguatinga, Guará, Ceilândia, Samambaia, Águas Claras, Brazlândia, Asa Norte, Asa Sul, Cruzeiro, Sudoeste, Núcleo Bandeirante, Recanto das Emas, Valparaíso, Novo Gama e Águas Lindas. Os dados também revelam que o crescimento econômico das empresas de confecção implica de maneira direta no crescimento econômico e social das comunidades locais, melhorando a qualidade de vida e colaborando para a inclusão social dos profissionais e moradores da região do Distrito Federal e cidades do Entorno, favorecendo o crescimento econômico da Capital Federal.

Uma das características observadas às empresas envolvidas na pesquisa foi a pouca idade, cerca de 15 anos, em consequência do pouco tempo de

existência da Capital Federal.

Brasília apresenta uma das maiores rendas *per capita* do país e, portanto, é considerada uma cidade com grande potencial de consumo da região. Localizada a distâncias consideráveis dos principais centros produtores e econômicos do país, dá espaço para o surgimento de indústrias de confecções na região. Grande parte destas indústrias atua de maneira informal no mercado, sendo consideradas as empresas legalizadas de pequeno porte, com aproximadamente 18 funcionários por empresa e administração familiar. De acordo com dados da RAIS/Ministério do Trabalho de março de 2003, apesar do alto índice de empresas trabalhando sem registro, a cadeia produtiva do vestuário no DF, ainda apresenta um total de aproximadamente 597 indústrias que atuam neste segmento. Os principais fatores que interferem de maneira negativa na expansão de mercado são a baixa qualidade dos produtos, a falta de competitividade entre as empresas, baixa qualificação de mão-de-obra, pouco investimento das empresas em tecnologia, falta de incentivos do governo e os preços dos produtos serem superiores à de outros estados.

3.1.1.Taguatinga, Samambaia e Ceilândia

Taguatinga (Região Administrativa III) é a cidade do Distrito Federal considerada como maior polo comercial do DF, localizada a aproximadamente 20 km. do Plano Piloto. Este posto foi alcançado em virtude do acelerado crescimento populacional desde sua fundação, acarretando em um rápido desenvolvimento, que, por sua vez, gerou uma estrutura de cidade desenvolvida.

Atualmente, Taguatinga possui cerca de 221.909 habitantes. Este número totaliza os habitantes das três áreas que a compõe, Taguatinga Norte, Taguatinga Centro e Taguatinga Sul. O número de habitantes já chegou a ser maior antes do seu desmembramento territorial, que originou novas cidades e suas respectivas Regiões Administrativas como Ceilândia (RA IX) e Samambaia (RAXII) e mais recentemente Águas Claras (RA XX) e Vicente Pires (RA XXX).

Sua atividade principal gira em torno do comércio com 12 mil empresas e

100 mil trabalhadores que abastecem a população local e suas cidades adjacentes, dentre os diversos segmentos, como lojas, atacados, fábricas, hotéis, faculdades e hipermercados.

Segundo dados do Governo do Distrito Federal, dentro das informações mais relevantes para a área do vestuário estão a da formação do chamado Polo de Confeções de Taguatinga. Iniciado por 98 empresários da área já atuantes em Goiás, há mais de dez anos, hoje é um importante foco de revenda de produtos, reunindo aproximadamente 60% de empresas já nascidas no Distrito Federal e 40% de empresas Goianas. Ressalta-se, ainda, que a produção de tudo o que é comercializado gira em torno de 10%.

Samambaia (Região Administrativa XII) fazia parte do Núcleo Rural de Taguatinga, e após ser desmembrada passou a ter administração própria. A cidade teve início no ano de 1985 e somente a partir da criação da lei nº 49 e do decreto 11.921 no ano de 1989, Samambaia passa a ser uma Região Administrativa do Distrito Federal. Atualmente possui cerca de 193.485 habitantes (PDAD 2010/2011). Ao longo dos anos, vem adquirindo um alto potencial para polo comercial em ascensão, uma vez que seu crescimento populacional ocorre de maneira ordenada devido ao fato de ter sido uma das primeiras cidades a ser planejada e também pelo fato de estar localizada entre as cidades mais populosas do DF, Taguatinga e Ceilândia. Samambaia possui ainda grandes áreas para expansão comercial e econômica, ocorrendo ocupação de indústrias e comércios.

Ceilândia, cidade vizinha às duas cidades, considerada a mais populosa do DF, com cerca de 398.374 habitantes possui uma economia também baseada no comércio e na indústria, totalizando mais de 7.000 unidades entre lojas e fábricas. Sua população é composta por mais de 40% de jovens com idade menor que 20 anos.

3.1.2. Guará

O Guará (Região Administrativa X) é considerado um bairro com a sexta

maior renda per capita entre as Regiões Administrativas do DF. Possui cerca de 112.989 habitantes e é conhecida como cidade-dormitório de Brasília e famosa pela Feira do Guará e pela área destinada ao polo de moda do Distrito Federal, sendo este último, uma iniciativa tomada para facilitar os negócios desta área com uma proposta de melhorar a logística dos negócios.

A Feira do Guará é um dos principais destaques para a comercialização de produtos de vestuário da Região do entorno de Brasília. Há 44 anos a reunião de bancas de produtos, hoje com mais de 520, o estabelecimento é famoso pela diversidade de produtos e preços competitivos.

3.2. MODA E MERCADO NO DISTRITO FEDERAL

Quantitativamente, o comércio supera a fabricação de produtos do vestuário no Distrito Federal. A Região abriga aproximadamente dez vezes mais lojas, pontos de venda, do que fábricas. Estas, por sua vez, geralmente atuam com escoamento de produtos em feiras e pequenas lojas (inclusive as informais).

As butikues, como são chamadas as lojas que trabalham com diferentes marcas, ainda hoje e cada vez mais são abastecidas com produtos projetados e fabricados por grifes do Rio de Janeiro, de São Paulo e de Minas Gerais. No geral são grifes já conhecidas do público consumidor brasiliense, tanto pela qualidade física e estrutural das roupas, quanto pelo valor simbólico, previamente trabalhado pelo setor de marketing responsável por essas empresas.

A comercialização do produto no varejo de moda se dá de forma facilitada, já que os produtos selecionados para compor uma coleção, em sua maioria, foram previamente trabalhados e estruturados dentro de grupos, unidos por elementos estéticos semelhantes.

No quadro a seguir observa-se a atividade que mais se destaca na Região, relacionada à área de Vestuário. Nota-se, em números, que o comércio e distribuição encontram-se em maioria.

CADEIA PRODUTIVA DA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO Eixos Existentes no DF		Nº de Estabelecimentos
Produção de Algodão e Tecelagem (cultivo do algodão herbáceo, tecelagem de fios e filamentos contínuos artificiais ou sintéticos, fabricação de tecidos e malhas, serviços de acabamento em fios, tecidos e artigos têxteis, beneficiamento de outras fibras têxteis natural)		24
Comércio e Distribuição (atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos para uso industrial, atacadista de artigos de vestuário e complemento, atacadista de fios têxteis, tecidos, artefatos de tecidos, varejista de artigos do vestuário e complemento, varejista de calçados, artigos de couro e viagem, varejista de tecidos e artigos de armarinho, intermediário do comércio de têxteis, vestuário e calçados)		6767
Indústria de Confeções (confeção de outras peças do vestuário, confeção de peças interiores do vestuário, confeção de roupas profissionais)		597
Indústria de Acessórios do Vestuário (acessórios do vestuário, aviamentos, outros artigos do vestuário produzidos em malharia (tricô)).		73
Fabricação de Artefatos de Tecidos e Couro (artefatos de cordoaria, tapeçaria, têxteis a partir de tecidos, outros artefatos têxteis incluindo tecelagem, tecidos especiais – inclusive artefatos, malas, bolsas, valises e outros artefatos para viagem, outros artefatos de couro, curtimento e outras preparações de couro, artigos de tecidos de uso doméstico incluindo tecelagem)		85
Fabricação de Calçados (calçados de couro, calçados de outros materiais, calçados plásticos, tênis de qualquer material, reparação de calçados)		43

Fonte: RAIS – Ministério do Trabalho/2003

3.3. DEMANDA PROFISSIONAL

Como exposto neste Projeto anteriormente, o desenho do mercado regional para a área de Vestuário depende, claramente, para seu desenvolvimento, necessita de um profissional de design atuante, empreendedor, criativo e objetivo. No quadro a seguir, os obstáculos apontados em pesquisa realizada pelo SEBRAE, em 2007, sendo estes visíveis até os dias de hoje:

Obstáculos Identificados no APL do Vestuário/DF	
- Alta capacidade ociosa; - Baixo volume de vendas; - Fraca estratégia de comunicação e marketing; - Desconhecimento do mercado de atuação; - Poucas inovações em produto; - Não acompanhamento das tendências da moda; - Pouco conhecimento do negócio; - Ausência de planejamento estratégico ou plano de negócios; - Baixa prospecção de mercado; - Dificuldade em identificar novas oportunidades; - Pouca atenção ao design; - Qualidade deficiente do produto;	- Dificuldade na gestão financeira; - Dificuldades financeiras; - Mão-de-obra pouco qualificada; - Pouco treinamento aos funcionários; - Escassez de mão-de-obra; - Má formação da mão-de-obra; - Problemas de planejamento da produção; - Perda de mercado local; - Produtos com custos mais altos; - Baixo nível tecnológico (modelagem, risco, infesto, corte); - Ausência de um centro de formação profissional; - Alta rotatividade dos funcionários.

SEBRAE, 2007.

Dentre alguns, sublinha-se o item “Pouca atenção ao design”. Podemos, também, considerar obstáculos a serem superados com a ajuda ou inserção de projetos de design nas empresas: “Fracas estratégia de comunicação e marketing”, “Desconhecimento do mercado de atuação”, “Poucas inovações em produto”, “Qualidade deficiente de produto”, “Problemas de planejamento da produção” e “Perda de mercado local”.

Dos cursos superiores em Design oferecidos no Distrito Federal, nenhum oferece em suas matrizes curriculares a formação ampla - mas ao mesmo tempo precisa - para sanar os problemas regionais específicos desse mercado. Temos, atualmente, dois cursos que abarcam os futuros profissionais interessados em trabalhar na área: um, gratuito, Bacharelado em Desenho Industrial, pela Universidade de Brasília, que propõe uma formação geral em Design, sem estudos voltados para a Moda, e, outro, em Centro Universitário privado, que trabalha uma formação tecnológica somente voltada para quem atuará como designer de produto de vestuário dentro de confecções.

O Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do IFB – Campus Taguatinga – suprirá, portanto, a carência de uma formação gratuita, de qualidade e pensada exatamente para as possibilidades que o mercado regional oferece, sem deixar de promover os conhecimentos para atuação em grandes empresas de outros Estados.

O Curso está listado nas metas do Instituto, a ser oferecido pelo Campus Taguatinga, através da área de Vestuário. Fora, inclusive, divulgado em material impresso à comunidade, no ano de 2012 e aguardado ansiosamente, também, pelos alunos e egressos do Curso Técnico em Vestuário como uma proposta de verticalização de ensino, apesar de estarem em Eixos Tecnológicos diferentes (mas com respeito à transversalidade do Design).

IV-OBJETIVOS

De acordo com a estrutura curricular, pensada a partir de estudos sobre

a região do Distrito Federal, levantamento de dados sobre o mercado do vestuário local e visando aplicabilidade dos conhecimentos adquiridos, o Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Brasília-Campus Taguatinga pretende formar profissionais que possam atuar nas múltiplas áreas carentes da Moda no Distrito Federal. Para tal, são elencados os seguintes objetivos a serem alcançados:

- Capacitar o aluno para projetar, respeitando uma metodologia, produtos do vestuário para produção industrial e/ou artesanal;
- Oferecer ao mercado do Distrito Federal tecnólogos que sejam capazes de analisar produtos, reconhecer matérias-primas e qualidade de fabricação, compor mix de produtos de acordo com um público-alvo e projetar efetiva comunicação entre o produto e o comprador;
- Melhorar a qualidade de serviços relativos ao vestuário na Região a fim de gerar renda aos profissionais liberais e microempreendedores individuais;

V- REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO

O acesso ao Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Campus Taguatinga dar-se-á, em sua totalidade, através do Sistema de Seleção Unificada – SiSU/ Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). As vagas serão disponibilizadas anualmente, com modulação semestral.

Serão divulgados os editais através de publicações na imprensa oficial e no sítio eletrônico do Instituto Federal de Brasília.

Espera-se do aluno que pleiteará a vaga no Curso:

- Curiosidade incessante pelo funcionamento da sociedade, suas organizações culturais e atividades cotidianas bem como pelos indivíduos;
- Percepção dos efeitos sensoriais a partir dos elementos estéticos;

- Paciência para pesquisa e trabalhos que requerem tempo e compromisso;
- Espírito inovador;
- Vocação para trabalhos em grupo;
- Senso de responsabilidade para cumprimento de tarefas;
- Sensibilidade artística;
- Força de vontade e persistência;
- Potencial para desenvolvimento de habilidades manuais, incluindo desenho;
- Conhecimento mínimo do uso de computadores como ferramenta de pesquisa e comunicação.

Serão ofertadas, em periodicidade anual, trinta vagas, cumprindo, dessa forma, as necessidades especiais de composição de turmas, relação aluno/professor, eficiência e eficácia na construção de saberes, respeitando as necessidades específicas dos componentes e dos módulos como um todo.

VI- PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

O profissional tecnólogo em Design de Moda, formado pelo Instituto Federal de Brasília- *Campus* Taguatinga, deverá, ao final do cumprimento dos créditos e da realização do estágio obrigatório, ser capaz de:

- Projetar coleções de produtos da moda, respeitando as limitações produtivas e simbólicas e um *briefing* pré-elaborado, no qual constará todos os requisitos a serem cumpridos;
- Resolver problemas relacionados ao produto de moda a partir da análise formal, ergonômica e de fabricação;
- Projetar composição visual para espaços físicos e/ou virtuais para a divulgação

de produtos do vestuário;

-Escolher e definir produtos do vestuário para a composição de uma coleção, respeitando a identificação estilística, cartela de cores e matérias-primas condizentes com a proposta;

-Pesquisar e analisar tendências de comportamento da sociedade, a partir de recortes de faixa etária, agrupamentos urbanos, entendimento sócio-econômico, formação cultural etc.;

-Criar, a partir de diretrizes expostas no *briefing*, soluções para a geração de excedentes nas indústrias de confecção ou em produções artesanais;

-Inovar em seus projetos, a partir da geração de alternativas e pesquisa constante de novos materiais.

Espera-se que o profissional formado pelo Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Brasília seja capaz de atuar no mercado respeitando a deontologia, com liberdade e ética, buscando aprimoramento de seus conhecimentos constantemente, já que as Áreas de Moda e Design têm o movimento como uma característica inquestionável.

6.1. DESIGNER DE MODA

O Design, em seu conceito mais amplo,

É essencialmente uma práxis que, acompanhada de teorias (para fundamentação e crítica), tem como tarefa dar *forma* a artefatos, considerando um projeto previamente elaborado com uma finalidade objetiva específica. É um campo amplo de atividades (desempenhos) especializadas, de caráter técnico e científico, criativo e artístico, que se ocupam em organizar, classificar, planejar, conceber, projetar, configurar, sistemas de informação, objetos bidimensionais (gráficos), tridimensionais

(volumétricos), virtuais, ambientes ou espaços, para a produção industrial e/ou artesanal. (COELHO, 2008.)

Para o Designer de Moda, especificamente, este conceito pode ser entendido dentro de uma área de conhecimento que envolve: as matérias-primas usualmente aplicadas aos produtos de vestuário; o reconhecimento a partir de estudos do corpo humano, seus movimentos e necessidades especiais; os efeitos físicos e psicológicos causados por cores, formas e estruturas de roupas e acessórios; as pesquisas sobre intenções de consumo etc.

O Designer, para tanto, deverá conhecer o que lhe é essencial para projetar – que é a sua função, e não, como entende o senso comum, executar, construir o produto. Deverá, portanto, aplicar a metodologia para projetar um produto, seja ele uma roupa, um acessório, uma coleção de roupas, uma vitrine ou mesmo uma fotografia de moda. O foco do trabalho do designer, portanto, deverá ser no projeto, e não no desenho ou na construção dos produtos:

A ação de projeto em design implica uma apropriação compreensiva da natureza do problema a ser enfrentado. Isto significa, para o sujeito dessa ação, sujeitar-se a uma perspectiva fenomenológica, através da qual a situação do projeto possa ser apreciada por meio de um olhar variante, sem precisão predeterminada, de modo a apreender suas múltiplas faces. Assim é que se revela o aspecto multidisciplinar característico do ato de projetar em design. Projetar em design, seja qual for a área de atuação, significa, antes de tudo, construir o problema nas suas derivações mais múltiplas quanto ao seu significado, quanto aos aspectos da produção, quanto ao uso, quanto ao impacto no meio ambiente, entre outras tantas possibilidades. (Idem, 2008.)

O Designer de Moda poderá atuar projetando ou compondo coleções, produtos específicos, vistoriando qualidade dos mesmos, a partir de estudos de público-alvo, tendências de comportamento, análises de mercado e

disponibilidade de materiais. É uma figura essencial na indústria de confecção e em lojas multimarcas.

6.2. STYLIST

O *Stylist* é o profissional que se dedica ao *Styling* – uma das correntes filosóficas do Design que busca trabalhar o exterior de um produto a fim de torná-lo mais atraente, melhorando sua forma, agregando-lhe valor através de elementos complementares. O *Stylist* atua especialmente em desfiles para divulgação de coleções de moda em eventos, na produção visual de uma composição específica ou até mesmo para trabalhos personalizados, melhorando a imagem pessoal de qualquer indivíduo.

No Distrito Federal é uma profissão em ascensão, pela grande quantidade de personalidades públicas que necessitam desse profissional para melhorar sua imagem diante dos espectadores. Esse profissional está, também, cada vez mais presente em lojas que atendem as Classes A, B e C, como um chamariz para concretização de vendas através de análises individualizadas.

É uma profissão bastante confundida com a do Produtor de Moda, que é aquele que executa a busca pelos produtos previamente definidos pelo *Stylist* ou Diretor de Arte de desfiles e editoriais de Moda. Os produtores de moda, portanto, dependem das instruções de *stylists* e/ou diretores de arte. Estes, também com campo para atuação na área de serviços no Distrito Federal.

6.3. VITRINISTA

O vitrinista é aquele profissional que projeta a comunicação imediata do produto com o consumidor. É através das vitrinas que os valores simbólicos das grifes são reforçados para a venda. Também através delas, a sazonalidade é explicitada e a divulgação de amostra de coleções é feita, facilitando, assim, o despertar do desejo de compra daqueles que passam por elas.

A vitrina é o primeiro contato do cliente com a loja, antes mesmo que ele conheça seu interior. Em frações de segundos, o consumidor se vê em situações de uso dos produtos expostos, despertando, assim, o desejo de consumo frequente.

O vitrinista, portanto, é um profissional importantíssimo para uma região onde, em sua maioria, precisa desenvolver um método atraente de amostragem e divulgação de uma variedade enorme de produtos provenientes de diversas marcas. Esse é o caso do Distrito Federal. Por muitas vezes, inclusive, lojas diferentes comercializam os mesmos produtos, necessitando, dessa forma, desenvolver um método de fazer a diferença, de mostrar que sua loja oferece mais do que a sua concorrência.

Esse profissional, portanto, deverá identificar estilos através de elementos estéticos, conhecer as cores, suas misturas, suas consequências para a percepção do consumidor, conhecer o público-alvo e suas tendências de comportamento, projetar superfícies, organizar e compor produtos dentro de um espaço físico específico.

6.4. COMPRADOR DE PRODUTOS DE VESTUÁRIO (BUYER)

O comprador de produtos de vestuário, ou *buyer*, é um profissional importante para as empresas que trabalham com multimarcas. Frequentemente, sua função é executada pelos próprios empresários ou gerentes, sem necessariamente possuírem uma programação de compra, pré-definição de mix de produtos ou mesmo uma expectativa de composição de coleção.

Anteriormente só contratados por grandes redes de varejo, atualmente é um profissional que supre uma carência bastante conhecida e delimitada pelos empresários da área. O comprador de produtos de vestuário é responsável pela visita e seleção de produtos que deverão figurar nas araras e vitrines das lojas de vestuário. São eles que buscam, dentro de uma orientação estilística, os melhores produtos a serem adquiridos para revenda. Devem ser capazes de analisar qualidade de matéria-prima, confecção e acabamento das peças, de

buscar produtos que se encaixem nos estilos expostos em painéis de identidade e de ambiência, de conferirem o cumprimento das grades e quantidades coerentes com as expectativas de venda a cada estação.

VII- CAMPO DE ATUAÇÃO PROFISSIONAL

A atuação do profissional formado no Curso de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal de Brasília encontra um campo amplo e carente, em uma região que tem uma das maiores rendas *per capita* do País.

Como abordado no capítulo VI deste Projeto, as principais profissões a serem exercidas a partir da formação proposta são: Designer de Moda, Stylist, Produtor de Moda, Vitrinista e Comprador de Produtos de Vestuário.

Todos os componentes foram pensados de forma individual e em grupos modulares, com a finalidade de atender a carência das funções exercidas por esses profissionais da área de Moda. Cada componente, independentemente ou mesmo em conjunto, atende a necessidade de conhecimentos e práticas essenciais para a prestação de serviços de qualidade no mercado de Moda/ Vestuário.

VIII- CONCEPÇÃO E PRINCÍPIOS PEDAGÓGICOS

Um projeto só se caracteriza como tal quando se propõe a inovar. Romper com o passado, propor um presente e vislumbrar um futuro, aproveitando o aprendizado adquirido com propostas anteriores e buscando aperfeiçoar dentro das necessidades sociais atualizadas.

Para tal, buscam-se constantemente pesquisas sérias e compromissadas que resultam em propostas para o desenvolvimento profissional, com respeito inabalável pelo indivíduo.

A formação crítica-reflexiva, apoiada em um sistema de conhecimentos que é incentivador de ações que virão a ser executadas pelos alunos sustenta os pilares pedagógicos principais do Curso, que são: Aprender a aprender, aprender a fazer, aprender a conviver, aprender a ser.

Dentre os princípios mais importantes a serem observados e internalizados por docentes e alunos, que fazem parte dos pilares, destacam-se:

1. Valorização da cultura de cada indivíduo, tendo nesta um ponto importante para a troca de conhecimentos;
2. Estímulo para o desenvolvimento da criatividade;
3. Respeito à liberdade de escolha, de acordo com o progresso vocacional do ser humano;
4. Consciência da constante transformação em que nossa sociedade está inserida;
5. Incentivo ao espírito empreendedor e inovador;
6. Provocação de troca de conhecimentos com a finalidade do exercício em grupos de trabalho;

IX- ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

A organização curricular do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda dá-se através do agrupamento de componentes curriculares correlacionáveis em prol da promoção de atividades que contemplem o exercício da profissão.

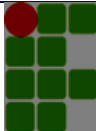
A intenção da divisão por períodos letivos é a de incentivar possibilidades diversas que culminem em projetos que envolvam os componentes curriculares agrupados como um todo, sem que as ementas deixem de ser cumpridas.

9.1. EMENTÁRIO

Período Letivo I: Conhecimentos Fundamentais

No primeiro módulo do Curso, o aluno entrará em contato com aspectos fundamentais da sua futura área de atuação profissional. Conhecimentos básicos sobre Arte, composição estética, história da indumentária, matérias-primas para desenvolvimento dos produtos e metodologia do design costuram uma base de informações para futuros projetistas.

Serão estimulados, ao decorrer desse primeiro semestre, os debates e questionamentos sobre moda e design, em amplo sentido, bem como em recorte regional, com a finalidade de estimular o aluno a estudar nichos de mercado pouco aproveitados, visando futuros preenchimentos dos mesmos.

 INSTITUTO FEDERAL BRASÍLIA	
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA	
Componente Curricular: História da Arte	
Ementa: Arte como fenômeno Social. A arte na linha do tempo: contextualização e resultados estéticos. Manifestações artísticas na Pré-História e na Idade Média. Renascimento: Pré e Alto Renascimento, Maneirismo, Barroco, Rococó. Arte Moderna: movimentos artísticos. Arte na contemporaneidade.	

Bibliografia Básica:

ARGAN, Giulio Carlo. Arte moderna. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 1992

GOMBRICH, Ernst. A História da Arte. 18ª edição. Editora LTC. 2000.

CAUQUELIN, Anne. Teorias da arte. 1ª edição. Editora Martins Fontes. 2005.

Bibliografia Complementar:

ARGAN, Giulio Carlo. Guia de história da arte. 1ª edição. Editorial Estampa. 1994.

CAUQUELIN, Anne. Arte contemporânea. Uma introdução. 1ª edição. Editora Martins, 2005.

DEMPSEY, Amy. Estilos, escolas e movimentos. Cosac e Naify. 2011.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **História da Indumentária**

Ementa:

História da indumentária: da antiguidade ao século XIX. Principais movimentos do período. A organização das sociedades primitivas: ancestral do Polo Ártico e Zona Temperada. Análises das indumentárias masculinas e femininas das civilizações antigas: Egito, Civilização Creto-Miceniana. Civilizações clássicas: Grécia e Roma. O vestuário na Europa Oriental: Bizâncio. A alta Idade Média na Europa. Os séculos XI, XII, XIII. Tecidos e cores. O século XIV. O Renascimento Italiano. A expansão renascentista na Europa. Cores, Tecidos e Adornos. As grandes navegações e o mundo no eixo da moda.

Bibliografia Básica:

LAYER, James. A roupa e a moda. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

KOHLER, Carl. História do vestuário. 2. ed São Paulo: Martins Fontes, 2001.

CATELLANI, Regina Maria. Moda ilustrada de A a Z. São Paulo: MANOLE, 2003.

Bibliografia Complementar:

BRAGA, J. História da Moda - uma narrativa. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2005.

NERY, M. L. A Evolução da indumentária, subsídios para criação de figurino. SENAC, 2003.

VEYNE, Paul (org.). História da Vida Privada, V.1 - Edição de Bolso - Do Império Romano ao Ano Mil. Companhia de Bolso, 2009.

DUBY, Georges.(org.). História da Vida Privada, V.2 - Edição de Bolso - Da Europa Feudal à Renascença. Companhia de Bolso, 2009.

BOUCHER, François. História do vestuário no ocidente: das origens aos nossos dias. São Paulo: Cosac Naify, 2010.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Linguagem Visual**

Ementa:

Fundamentos da linguagem visual e percepção estética. Leis da Gestalt. Estudos da forma: Harmonia, equilíbrio, contraste. Categorias conceituais para leitura da forma do objeto. Alfabetização visual.

Bibliografia Básica:

DONDIS, A Donis. Sintaxe da Linguagem Visual, São Paulo: Martins Fontes, 1991.
GOMES FILHO, João. Gestalt do Objeto, São Paulo, Escrituras Editora, 2000.
MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual: Contribuição para uma metodologia didática. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

Bibliografia Complementar:

ARHEIN, Rudolf. Arte e Percepção Visual: Uma Psicologia Da Visão Criadora. São Paulo: Editora Pioneira, 2000.
SUDJIC, Deyan. A linguagem das coisas. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA**

Componente Curricular: **Materiais Têxteis**

Ementa:

Fibras naturais e manufaturadas. Fios. Tecidos planos e malharia: Características de construção, tipos e usos.

Bibliografia Básica:

CHATAIGNIER, Gilda. Fio a fio: tecidos, moda e linguagem. São Paulo: Estação das letras, 2006.
UDALE, Jenny. Fundamentos de Design de Moda: tecidos e moda. Tradução de Edson Furmankiewicz. – Porto Alegre: Bookman, 2009.
PEZZOLO, Dinah Bueno. Tecidos: história, tramas, tipos e usos. – São Paulo: Editora Senac, 2007.

Bibliografia Complementar:

RIBEIRO, L.G. Introdução à Tecnologia Têxtil – Volumes I e II. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 1984.

PITA, P.A. Fibras Têxteis – Volumes I e II. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 1996.

LASCHUK, Tatiana. Design Têxtil, da Estrutura à Superfície. Porto Alegre: Ed. UniRitter, 2009.

HEINRICH, Daiane Pletsch. Modelagem e técnicas de interpretação para confecção industrial. Novo Hamburgo: Feevale, 2005.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Metodologia do Projeto de Design de Moda**

Ementa:

O processo do Design e a solução de Problemas. Arte *versus* Design. Criatividade como parte do projeto. Proposta de Projeto. Elaboração de briefing. Público-alvo, inovação, necessidades e restrições, funções práticas, estéticas e simbólicas.

Bibliografia Básica:

BAXTER, Mike. Projeto de Produto: Guia prático para o design de novos produtos. São Paulo: Blucher, 2000.

FILHO, João Gomes. Design do Objeto: Bases Conceituais. São Paulo: Escrituras Editora, 2006.

LOBACH, Bernd. Design Industrial – Bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Blucher, 2001.

Bibliografia Complementar:

PHILLIPS, Peter L.. Briefing: a gestão do projeto de design. São Paulo: Blucher, 2008.

BONSIEPE, Gui. Design, Cultura e Sociedade. São Paulo: Blucher, 2011.

LIDWELL, William, HOLDEN, Kritina, BUTLER, Jill. Princípios Universais do Design. Porto Alegre: Bookman, 2010.

COELHO, Luiz Antonio L. (org.). Conceitos-chave em design. Rio de Janeiro: PUC Rio – Novas Ideias, 2008.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Modelagem**

Ementa:

Construção de bases de modelagem a partir de tabelas de medidas. Noções de geometria. Estudo de diferentes métodos de construção da modelagem bidimensional. Interpretação de modelos e vocabulário técnico de modelagem e confecção.

Bibliografia Básica:

DUARTE, Sonia; SAGGESE, Sylvia. Modelagem industrial brasileira. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora Guarda Roupas, 2010

FULCO, Paulo, SILVA, Rosa Lúcia de Almeida. Modelagem Plana Feminina. Rio de Janeiro: ed. Senac Nacional, 2011.

CAVALHEIRO, Rosa Marly; SILVA, Rosa Lúcia de Almeida; DELGADO, Valéria. Moldes femininos: noções básicas. Rio de Janeiro: SENAC, 2012.

Bibliografia Complementar:

SOUZA, Sidney Cunha de. Introdução à tecnologia da modelagem industrial. Rio

de Janeiro: SENAI/CETIQT, 1997.

SABRÁ, Flávio. Modelagem: tecnologia em produção de vestuário. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

DUARTE, Sonia. MIB: modelagem industrial brasileira: tabelas de medidas. 1.ed. Rio de Janeiro: Guarda Roupas, 2012.

FULCO, Paulo; SILVA, Rosa Lúcia de Almeida. Modelagem plana masculina. Rio de Janeiro: ed. Senac Nacional, 2012.

SUDJIC, Deyan. A linguagem das coisas. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Teorias da Moda**

Ementa:

Moda ou Vestuário. Produções acadêmicas sobre Moda e Vestuário. Questionamentos sobre moda e psicologia. Filosofia da Moda. Valor Simbólico do Produto. Funcionalismo e Memória Afetiva. Moda e consumo.

Bibliografia Básica:

SVENDSEN, Lars. Moda: uma filosofia. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

MESQUITA, Cristiane; PRECIOSA, Rosane. Moda em ziguezague: interfaces e expansões. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

MONNEYRON, Frédéric; trad. Constância Morel. A moda e seus desafios: 50 questões fundamentais. Senac: São Paulo, 2007.

Bibliografia Complementar:

LIPOVETSKY, Gilles. Império do Efêmero. A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989, 2ª ed.

SANT'ANNA, Mara Rúbia. Teoria de Moda: sociedade, imagem e consumo. São

Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

WAJNMAN, Solange; ALMEIDA, Adilson José de (Orgs.). Moda, comunicação e cultura: um olhar acadêmico. São Paulo: Arte & Ciência; FAPESP, 2002.

Período Letivo II: Exercício da Criatividade

A criatividade é parte da metodologia do Design, sendo imprescindível seu exercício para desenvolvimento de projetos, em qualquer uma de suas inúmeras subáreas. Visando o desenvolvimento do aluno, a partir dos conhecimentos fundamentais adquiridos no primeiro módulo, este exercitará, no segundo semestre do curso, de forma pouco restritiva, essa parte tão importante para a elaboração e execução de projetos de Design, inclusive no segmento Moda. Todas as componentes, inclusive as teóricas, serão trabalhadas de tal forma que permita o aluno a desenvolver o processo criativo, rompendo barreiras de construção de produtos e com foco voltado para inovação, inclusive a estética.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Desenho Básico**

Ementa:

Observação e representação de formas, linhas e volumes. Estudos de representação do corpo humano. Luz e sombra no desenho. Técnicas para representação de texturas.

Bibliografia Básica:

WATSON, Lucy. Oficina de Desenho. São Paulo: Ambientes e Costumes Editora, 2011.

PARRAMON, José Maria. Fundamentos do Desenho Artístico. São Paulo: WMF

Martins Fontes, 2014.

HALLAWELL, P. À Mão Livre: A Linguagem do Desenho. São Paulo: Ed.

Melhoramentos, 2006.

Bibliografia Complementar:

ARHEIN, Rudolf. Arte e Percepção Visual: Uma Psicologia Da Visão Criadora. São Paulo: Editora Pioneira, 2000.

DERDIK, Edith. O Desenho da Figura Humana. São Paulo: Editora Scipione, 1990.

SIMBLET, Sarah. Desenho. São Paulo: Ambientes e Costumes Editora, 2011.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **História da Moda**

Ementa:

A difusão da moda. O século XVII. O século XVIII. A consolidação da França como polo gerador de Moda. A Revolução Francesa. O Romantismo e o Dandismo para o desenvolvimento da Alta Costura. Século XIX: Revolução Industrial e a indústria do vestuário. Moda como sistema relacional, interativo e histórico. Moda como fenômeno cíclico: continuidade, ruptura e identidade nos fenômenos da moda; moda e estilo; papel do passado na invenção do novo.

Bibliografia Básica:

COSGRAVE, Bronwyn. História da Indumentária e da Moda – da antiguidade aos dias atuais. São Paulo: GG Brasil, 2012.

CALANCA, Daniela. História social da moda. São Paulo: SENAC, 2008.

SOUZA, Gilda de Mello e. O espírito das roupas: a moda no século XIX. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

Bibliografia Complementar:

LAVIER, James. A roupa e a moda. São Paulo: Companhia das Letras, 2006. 2005.

ROCHE, Daniel. A Cultura das Aparências: Uma história da indumentária (séculos XII-XVIII). São Paulo: Senac São Paulo, 2007.

LIPOVETSKY, G. O Império do efêmero: A moda e seus destinos nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

ECO, Humberto. A história da beleza. São Paulo: Ed. Record, 2004.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Laboratório de Criatividade**

Ementa:

Processo criativo. Criatividade como parte de uma metodologia. Estudos de formas tridimensionais. Estilos. Elaboração de objetos do vestuário. Experimentação de materiais.

Bibliografia Básica:

OSTROWER, Fayga. Criatividade e processos de criação. Petrópolis: Vozes, 2009. 29ed.

MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

GERHEIM, Fernando. Linguagens inventadas: palavras, imagens, objetos: formas de contágio. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

Bibliografia Complementar:

GOMBRICH, E.H.. O sentido de ordem: Um estudo sobre a psicologia da arte decorativa. Porto Alegre: Bookman, 2012.

NAKAO, Jum. A Costura do invisível. Rio de Janeiro: Senac, 2005.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Modelagem Criativa**

Ementa:

Estudos formais do corpo feminino em relação à roupa. Volumes, formas e movimentos. Experimentação da modelagem tridimensional a partir da criatividade. Estudos de aplicações de materiais têxteis sobre o corpo. Análises de viabilidade para uso do produto e confecção.

Bibliografia Básica:

DUBURG, Annette; TOL, Rixt Van Der. Moulage: arte e técnica no design de moda. Porto Alegre: Bookman, 2012.

FISCHER, Anette. Construção de vestuário. São Paulo: Bookman, 2010.

ABLING, Bina; MAGGIO, Kathleen. Moulage, modelagem e desenho: prática integrada. Porto Alegre: Bookman, 2014.

Bibliografia Complementar:

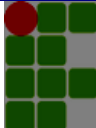
NAKAMICHI, Tomoko. Pattern Magic: a magia da modelagem. São Paulo: GGBrasil, 2012.

NAKAMICHI, Tomoko. Pattern Magic: a magia da modelagem. Vol. 2. São Paulo: GGBrasil, 2013.

SABRÁ, Flávio. Modelagem: tecnologia em produção de vestuário. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

NUDELMAN, Zoya. The art of couture sewing. New York: Fairchild, 2010.

HEINRICH, Daiane Pletsch. Modelagem e técnicas de interpretação para confecção industrial. Novo Hamburgo: Feevale, 2005.

 INSTITUTO FEDERAL BRASÍLIA	
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA	
Componente Curricular: Oficina de Costura	
Ementa: Uso da máquina reta: costura básica. Uso da máquina overloque: acabamentos de recortes. Finalizações e acabamentos na costura. Arremate.	
Bibliografia Básica: ARAÚJO, Mário de. Tecnologia do vestuário. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1996. FISCHER, Anette; SCHERER, Camila Bisol Brum. Construção de vestuário. Porto Alegre: Bookman, 2010. GORDON, Maggi McCormick. Curso de costura. Lisboa: Editorial Estampa, 1998.	
Bibliografia Complementar: ARMSTRONG, Helen. Pattermarking for fashion design. New York: Harper & Row, 1987. ABRANCHES, Gerson; BRASILEIRO JÚNIOR, Alberto. Manual da gerência eficaz de confecção. Rio de Janeiro, SENAI/DN, 1990. COOKLIN, Gerry. Introdução à fabricação de roupas. Oxford: BSP Professional Books, 1991.	

Período Letivo III: Introdução ao Projeto

Como já descrito neste material, o papel do designer, em qualquer área de atuação, é projetar. Do projeto, espera-se representação daquilo a ser construído e/ou realizado, inovação a partir da aplicação da criatividade, análises

de mercado e materiais, considerações e indicações de maneiras facilitadoras para que o produto seja fabricado etc.

No terceiro módulo do Curso, o aluno passará a lidar com todas as etapas, com a iniciação metodológica do Design como um todo. Nas componentes agrupadas nesse período, o aluno desenvolverá seus trabalhos visando uma resolução de problema previamente elencado.

	
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA	
Componente Curricular: Desenho de Moda	
Ementa: Figura humana <i>versus</i> figura de moda. Estudo da técnica das nove cabeças. Representação de formas, volumes e texturas do produto de moda no corpo. Tops, bottoms, peças únicas. Punhos, golas, decotes, bolsos etc. Costuras, franzidos, aviamentos e acabamentos.	
Bibliografia Básica: RIEGELMAN, Nancy. Colors for Modern Fashion – Drawing fashion with colored markers. Los Angeles: 9 Heads Media, 2006. HOPKINS, John. Desenho de Moda. Porto Alegre: Bookman, 2011. DRUDI, Elisabetta; PACI, Tiziana. Dibujo de Figurines para el Diseño de Moda. Barcelona: Pepin Press, 2005.	
Bibliografia Complementar: DONOVAN, Bil. Desenho de moda avançado: ilustração de estilo. São Paulo: Senac, 2010. TATHAM, C. e SEAMAN, J. Fashion design drawing course. New York: Barron's, 2003.	

MORRIS, Bethan. Fashion Illustrator: o manual do ilustrador de moda. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Moda do século XX e contemporaneidade**

Ementa:

O desenvolvimento da Alta Costura. Século XIX, Revolução Industrial e a indústria do vestuário. Belle Époque. Primeira Guerra Mundial e a revolução da forma feminina. Entre Guerras e a Segunda Guerra Mundial. Pós- Guerra. Divas do cinema e o realce da feminilidade. Surgimento do prêt-à-porter. Estética artificial. Estética naturalista da década de 1970. Ostentação, volume e culto ao corpo da década de 1980. Minimalismo e transição. Globalização da informação de moda. A moda no século XXI.

Bibliografia Básica:

BRAGA, João. História da Moda: uma narrativa. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

BRAGA, João; PRADO, Luís André do. História da Moda no Brasil: das influências às autorreferências. São Paulo: Pyxis Editorial, 2011.

GRUMBACH, Didier. Histórias da Moda. São Paulo: Cosac & Naify, 2009.

Bibliografia Complementar:

BONADIO, Maria Cláudia. História e cultura de moda. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

BONADIO, Maria Cláudia. Moda e sociabilidade: Mulheres e consumo na São Paulo dos anos 1920. São Paulo: Senac SP, 2007.

COSGRAVE, Bronwyn. História da Indumentária e da Moda. São Paulo: GG

Brasil, 2012.

PEZZOLO, Dinah Bueno. Por dentro da moda: definições e experiências. São Paulo: Senac SP, 2009.

BLACKMAN, Cally. 100 anos de moda. São Paulo: Publifolha, 2012.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Pesquisa de Moda**

Ementa:

Pesquisa e Interpretação de informações globais. Identificação de tendências de comportamento a partir de repetições históricas. Análise de dados atuais e estudo de seus reflexos no modo de vestir. Busca de eventos culturais que influenciam a moda na contemporaneidade. Estudo de *bureaux* de comportamento.

Bibliografia Básica:

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

RIEZU, Marta Dominguez. Coolhunters: caçadores de tendências na moda. São Paulo: Senac SP, 2011.

PALMA, Claudia. Manual de coolhunting: métodos e práticas. Porto Alegre: Vidrágua, 2013.

Bibliografia Complementar:

MACKENZIE, Mairi. Ismos: para entender a Moda. Rio de Janeiro: Globo, 2011.

GODART, Frederic. Sociologia da Moda. São Paulo: Sencac SP, 2010.

SEIVEWRIGHT, Simon. Pesquisa e Design. Porto Alegre: Bookman, 2009.

BARNARD, Malcom. Moda e comunicação. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

SABINO, Marco. Dicionário da Moda. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODAComponente Curricular: **Processos Produtivos****Ementa:**

Estudo sobre os processos que envolvem a produção industrial do objeto de vestuário: Criação, desenvolvimento técnico, modelagem, pilotagem/prototipagem, aprovação, graduação, reprodução. Análise de viabilidade de confecção. Organização e controle. Definições de leiautes específicos de acordo com as necessidades de confecção.

Bibliografia Básica:

OLIVEIRA, Djalma de pinho Rebouças. Sistema de Organização e Métodos: Uma abordagem gerencial. São Paulo: Atlas, 2000.

SABRÁ, Flávio; NORONHA, Carla P. da S. B.; MIRANDA, José Maria Simas; ABRANCHES, Gerson Pereira. Manual de gerência da confecção. Rio de Janeiro: SENAI, 1996. v. 1.

Bibliografia Complementar:

MENDONÇA, Ana Lúcia Gomes. Inovação, Estudos e Pesquisas Reflexões para o Universo Têxtil e de Confecção: Educação, formação profissional e novas fronteiras. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

FISCHER, Anette. Construção do vestuário. Porto Alegre: Bookman, 2010.

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODAComponente Curricular: **Processos Têxteis**

Ementa:

Beneficiamento de fios e tecidos. Processos de lavanderia e tinturaria. Estamparia corrida e localizada.

Bibliografia Básica:

GOMES, João Manuel. Estamparia a metro e a peça. Porto: Publindústria, 2007.

EDWARDS, Clive. Como compreender Design Têxtil: Guia rápido para entender estampas e padronagens. São Paulo: Senac SP, 2012.

UDALE, Jenny. Tecidos e Moda. Porto Alegre: Bookman, 2009.

Bibliografia Complementar:

DANIEL, Maria Helena. Guia Prático dos Tecidos. São Paulo: Novo Século, 2011.

PEZZOLO, Dinah Bueno. Tecidos: história, tipos, tramas e usos. São Paulo: Senac, 2011.

SALEM, Vidal. Tingimento Têxtil: fibras, conceitos e tecnologia. São Paulo: Blucher, 2010.

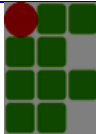
Período Letivo IV: Projeto de Produto

No quarto Período Letivo do Curso, o aluno entrará em contato com o Projeto de Produto, em sua construção metodológica. A partir dos conhecimentos adquiridos anteriormente, o discente:

- Desenvolverá a representação bidimensional daquilo que fora criado, de forma a ser lido e construído por mão-de-obra específica;
- Colocará em prática a metodologia aprendida em trabalhos que envolvam superfícies das mais diversas, considerando suas necessidades e restrições funcionais e simbólicas;
- Buscará soluções na construção de protótipos, visando a melhor factibilidade dos mesmos, análises de possíveis modificações e verificação da solução de problemas dos mesmos.
- Exercitará o planejamento e/ou a composição de coleções de produtos do

vestuário, visando uma boa atuação no mercado como projetista, comprador ou até mesmo produtor e/ou *stylist*;

Ainda, nesse Período, o incentivo, também pensando pelo viés do Design (*Thinking*), do empreendedorismo na área de Moda, buscando sanar problemas causados por nichos mercadológicos vagos de prestação de serviços e ofertas de produtos na Região.

 INSTITUTO FEDERAL BRASÍLIA	
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA	
Componente Curricular: Desenho de Produto	
Ementa: Representar o produto de vestuário planejado e em suas vistas e cortes necessários para a leitura do desenho e confecção do produto. Representação de tops, bottons, peças únicas. Detalhamentos de costura, abotoamentos e fechamentos. Decotes, mangas, punhos. Bolsos e outros elementos apresentados em roupas.	
Bibliografia Básica: LEITE, Adriana. Desenho técnico de roupa feminina. São Paulo: Senac SP, 2006. CAMARENA, Ela. Desenho de moda no Corel Draw X5. São Paulo: Senac SP, 2011. HOPKINS, John. Desenho de Moda. Porto Alegre: Bookman, 2011.	
Bibliografia Complementar: HOPKINS, John. Desenho de Moda. Porto Alegre: Bookman, 2011. COLLIN, Catherine. Ilustração de Moda: Desenho Técnico. Madri: Ilusbooks, 2011.	

FEYERABEND, F.V..Ilustração de Moda. Barcelona: GGModa, 2011.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Design de Superfície**

Ementa:

Projetar soluções para agregar valor às diversas superfícies. Estudos de espaço e forma. Tipos de estampa corrida e localizada, suas aplicações e usos. Impressões em superfícies planas.

Bibliografia Básica:

RUBIM, Renata. Desenhando a superfície. São Paulo: Rosari, 2004.

EDWARDS, Clive. Como compreender Design Têxtil: guia para entender estampas e padronagens. São Paulo: Senac SP, 2012.

FREITAS, Renata Oliveira Teixeira de. Design de superfície. São Paulo: Edgard Blucher, 2012.

Bibliografia Complementar:

MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual. São Paulo: Martins Editora, 2011.

CAPLIN, Steve; BANKS, Adam. O essencial da ilustração. São Paulo: Senac SP, 2012.

DONDIS, Donis A. Sintaxe da Linguagem Visual. São Paulo: Martins Editora, 2007.

FRASER, Tom; BANKS, Adam. O guia completo da cor. São Paulo: Senac SP, 2010.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Empreendedorismo e moda**

Ementa: O perfil empreendedor. Função do empreendedor para o desenvolvimento social e nas organizações. Noções básicas de planos de negócio. Introdução à análise de mercado e identificação de oportunidades.

Bibliografia Básica:

DRUCKER, P. F.; Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

DILLON, Susan. Princípios de gestão de negócios de Moda. São Paulo: GGBrasil, 2012.

GROSE, Virginia. Merchandising de Moda. São Paulo: GGBrasil, 2013.

Bibliografia Complementar:

BUENO, Maria Lucia; CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo: Senac SP, 2008.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. Comportamento do consumidor: conceitos e casos. São Paulo: Pearson, 2005.

DORNELAS, J. C. A. Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedores de sucesso. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Oficina de Prototipagem**

Ementa:

Estudo do projeto do produto. Leitura do desenho. Estudo de viabilidade durante a construção do objeto.

Bibliografia Básica:

FISCHER, Anette. Construção de Vestuário. Porto Alegre: Bookman, 2010.

DUARTE, Sonia. MIB: modelagem industrial brasileira: tabelas de medidas. 1.ed. Rio de Janeiro: Guarda Roupas, 2012.

ABLING, Bina; MAGGIO, Kathleen. Moulage, modelagem e desenho. Porto Alegre: Bookman, 2014.

Bibliografia Complementar:

SOUZA, Sidney Cunha de. Introdução à tecnologia da modelagem industrial. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 1997.

ARAÚJO, Mário de. Tecnologia do vestuário. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1996.

ARMSTRONG, Helen. Pattermarking for fashion design. New York: Harper & Row, 1987.

GORDON, Maggi McCormick. Curso de costura. Lisboa: Editorial Estampa, 1998.

**CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA**

Componente Curricular: **Planejamento e Composição de Coleção**

Ementa:

Planejar uma coleção de produtos de vestuário, seja para confecção ou mesmo para composição de produtos multimarcas. Elaboração de briefing. Estudo do tema e de estilos. Definição de mix de produtos. Detalhamento de quantidade de peças,

grade.

Bibliografia Básica:

TREPTOW, Doris. Inventando moda: Planejamento de coleção. São Paulo: Empório do Livro, 2013.

JONES, Sue Jenkyn. Fashion Design: manual do estilista. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

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

Bibliografia Complementar:

FRINGS, Gini Stephens. Moda: do conceito ao consumidor. Porto Alegre: Bookman, 2012.

JONES, Sue Jenkyn. Fashion Design: manual do estilista. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

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

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

Período Letivo V: Projeto Aplicado

No quinto Período Letivo, o estudante, já em contato com a metodologia de projeto, buscará resoluções, em uso das mesmas, para desenvolvimento de produtos de Design (projetos), em sua amplitude aplicacional. Os componentes aqui agrupados promoverão a aplicação metodológica bem como o exercício criativo de acordo com necessidades e restrições para a solução de problemas. As visualidades também serão sublinhadas dentro de cada proposta, visando a pesquisa de elementos estéticos e o exercício da percepção aplicada (*Gestalt*).

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Vitrinismo**

Ementa:

Fundamentos da linguagem visual aplicados ao universo da moda com ênfase na elaboração de conceitos para vitrinas. Elementos de design e princípios para representação do conceito e imagem das vitrinas. O papel do vitrinista. A cor e a composição na representação das idéias. Estudo de textura, ritmo e equilíbrio em abordagem morfológica e sintática. Projeto, montagem, aspectos legais e iluminação.

Bibliografia Básica:

HERVE, Dominique; SACKRIDER, Françoise; GUIDE, Gwenola. Entre Vitrinas: distribuição e visual merchandising na moda. São Paulo: Senac SP, 2009.

LOURENÇO, Fátima. Vitrine: veículo de comunicação e venda. São Paulo: Senac SP, 2011.

DEMETRESCO, Sylvia. Vitrine: Construção de encenações. São Paulo: Senac SP, 2007.

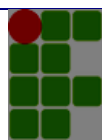
Bibliografia Complementar:

MORGAM, Tony. Visual Merchandising: Vitrines e interiores. São Paulo: GG Brasil, 2011.

DEMETRESCO, Sylvia; REGAMEY, Rita. Tipologia e estética do visual merchandising. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2012.

DEMETRESCO, Sylvia. Vitrinas entre vistas. São Paulo: Senac SP, 2004.

GROSE, Virginia. Merchandising de moda. São Paulo: GG Brasil, 2013.



**INSTITUTO FEDERAL
BRASÍLIA**

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Projeto de Pesquisa em Design de Moda**

Ementa:

Trabalho de Conclusão de Curso. Metodologia. Recorte temático. Início da pesquisa.

Bibliografia Básica:

SAMARA, Timothy. Elementos do design. Porto Alegre: Bookman, 2010.

SEIVEWRIGHT, Simon. Pesquisa e Design. Porto Alegre: Bookman, 2009.

FIALHO, Francisco Antônio Pereira. TCC: Métodos e técnicas. Florianópolis, 2011.

Bibliografia Complementar:

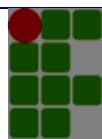
JONES, Sue Jenkyn. Fashion Design: manual do estilista. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

DILLON, Susan. Princípios de gestão de negócios de Moda. São Paulo: GGBrasil, 2012.

GROSE, Virginia. Merchandising de Moda. São Paulo: GGBrasil, 2013.

BARNARD, Malcom. Moda e comunicação. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

SABINO, Marco. Dicionário da Moda. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.



**INSTITUTO FEDERAL
BRASÍLIA**

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Planejamento Visual Gráfico**

Ementa:

Projeto gráfico. Estudos de composição. Análises espaciais e interferências formais. Interfaces gráficas relacionadas à Moda. Estudos tipográficos. Estudos de cores na comunicação visual. Estudos de assinaturas visuais de grandes marcas. Análises gráficas de sítios eletrônicos voltados para a Moda.

Bibliografia Básica:

HESS, Jay; PASZTOREK, Simone. Design Gráfico para Moda. São Paulo: Rosari, 2010.

BERGSTROM, Bo. Fundamentos da Comunicação Visual. São Paulo: Rosari, 2009.

SAMARA, Timothy. Elementos do design. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Bibliografia Complementar:

FRASER, Tom; BANKS, Adam. O guia completo da cor. São Paulo: Senac SP, 2010.

FARINA, Modesto. Psicodinâmica das cores em comunicação. São Paulo: Blucher, 2011.

SAMARA, Timothy. Guia de design editorial. Porto Alegre: Bookman, 2011.

HELLER, Eva. A Psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: GG Brasil, 2012.



CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

Componente Curricular: **Styling e Moda**

Ementa:

O marketing aplicado à moda. Moda e consumo. O desejo do consumidor. Percepção visual. Valores tangíveis e simbólicos. Estímulos para compra.

Bibliografia Básica:

MESQUITA, Cristiane; FAÇANHA, Astrid. Styling e criação de imagem de moda. São Paulo: Senac SP, 2013.

MCASSEY, Jacqueline; BUCKLEY, Clare. Styling de Moda. Porto Alegre: Bookman, 2013.

MACKENZIE, Mairi. Ismos: para entender a moda. Rio de Janeiro: Globo, 2011.

Bibliografia Complementar:

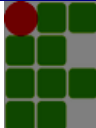
ANDRADE, Maria de; JOFFILY, Ruth. Produção de moda. São Paulo: Senac Nacional, 2012.

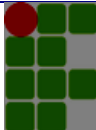
HALLAWELL, Philip. Visagismo integrado: identidade, estilo, beleza. São Paulo: Senac SP, 2010.

JONES, Sue Jenkyn. Fashion Design: manual do estilista. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

Período Letivo VI: Complementação Projetual

No sexto e último Período Letivo, o discente se dedicará ao Trabalho de Conclusão de Curso, onde aplicará todos os conhecimentos adquiridos juntamente com suas intenções de atuação no mercado – estas, que serão estudadas e aprimoradas no componente curricular Marketing de Moda. O aluno, nesse Período, terá, ainda, a oportunidade de complementação de seus estudos cursando algum componente opcional – ofertado de acordo com as pesquisas desenvolvidas pelo Corpo Docente e/ou sinalização de alguma necessidade de aprofundamento em algum recorte temático dentro da Área na qual se encontra o Curso.

 INSTITUTO FEDERAL BRASÍLIA	
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA	
Componente Curricular: Trabalho de Conclusão de Curso	
Ementa: Desenvolvimento do projeto de conclusão de curso seguindo temas estudados e pesquisas já feitas em Projeto de Pesquisa em Design de Moda. Desenvolvimento e apresentação da pesquisa em todas as suas etapas: tema, painéis de ambiência e de identidade, briefings, estudos de público etc.	
Bibliografia Básica: TREPTOW, Doris. Inventando moda: Planejamento de coleção. São Paulo: Empório do Livro, 2013. RENFREW, Elinor; RENFREW, Colin. Desenvolvendo uma coleção. Porto Alegre: Bookman, 2010. FRINGS, Gini Stephens. Moda: do conceito ao consumidor. Porto Alegre: Bookman, 2012.	
Bibliografia Complementar: GROSE, Virginia. Merchandising de Moda. São Paulo: GGBrasil, 2013. DILLON, Susan. Princípios de gestão de negócios de Moda. São Paulo: GGBrasil, 2012. JONES, Sue Jenkyn. Fashion Design: manual do estilista. São Paulo: Cosac Naify, 2011.	

 INSTITUTO FEDERAL BRASÍLIA	
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA	

Componente Curricular: **Marketing de Moda**

Ementa:

O marketing aplicado à moda. Moda e consumo. O desejo do consumidor. Percepção visual. Valores tangíveis e simbólicos. Estímulos para compra.

Bibliografia Básica:

COBRA, Marcos. Marketing e moda. São Paulo: Senac SP, 2007.

KALIL, Gloria (Org.). Fashion Marketing: relação da moda com o mercado. São Paulo: Senac SP, 2010.

CIETTA, Enrico. A revolução do fast-fashion: estratégias e modelos organizativos para competir nas indústrias híbridas. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

Bibliografia Complementar:

ANDERSON, Chris. A cauda longa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

POSNER, Harriet. Marketing de Moda. Barcelona: Gustavo Gili, 2011.

SAMARA, Beatriz Santos; MORSCH, Marco Aurélio. Comportamento do consumidor: conceitos e casos. São Paulo: Pearson, 2005.

BUENO, Maria Lucia; CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Cultura e consumo: estilos de vida na contemporaneidade. São Paulo: Senac SP, 2008.

9.2. PERÍODOS LETIVOS E DISTRIBUIÇÃO DE COMPONENTES

Período Letivo I: Conhecimentos Fundamentais

Componente Curricular	Carga Horária Semanal (h.a.)	Carga Horária Semestral (h.a./ h.r.)	Pré-requisito	Módulo
História da Arte	4	72/60	Não se aplica	I

História da Indumentária	2	36/30	Não se aplica	I
Metodologia de Projeto em Design de Moda	2	36/30	Não se aplica	I
Modelagem	4	72/60	Não se aplica	I
Materiais Têxteis	2	36/30	Não se aplica	I
Linguagem Visual	4	72/60	Não se aplica	I
Teorias da Moda	2	36/30	Não se aplica	I
	Total: 20	Total: 360/300		

Período Letivo II: Exercício de Criatividade

Componente Curricular	Carga Horária Semanal (h.a.)	Carga Horária Semestral (h.a./ h.r.)	Pré-requisito	Módulo
Laboratório de Criatividade	4	72/60	Não se aplica	II
História da Moda	4	72/60	Não se aplica	II
Modelagem Criativa	4	72/60	Modelagem	II
Oficina de Costura	4	72/60	Não se aplica	II
Desenho Básico	4	72/60	Não se aplica	II
	Total: 20	Total: 360/300		

Período Letivo III: Introdução ao Projeto

Componente Curricular	Carga Horária Semanal (h.a.)	Carga Horária Semestral (h.a./ h.r.)	Pré-requisito	Módulo
-----------------------	------------------------------	--------------------------------------	---------------	--------

Desenho de Moda	4	72/60	Desenho Básico	III
Moda do séc. XX e Contemporaneidade	4	72/60	Não se aplica	III
Pesquisa de Moda	4	72/60	Não se aplica	III
Processos Têxteis	4	72/60	Materiais Têxteis	III
Processos Produtivos	2	36/30	Não se aplica	III
Componente Optativa (N.E. ou N.C.)	2	36/30	Não se aplica	III
	Total: 20	Total: 360/300		

Período Letivo IV: Projeto de Produto

Componente Curricular	Carga Horária Semanal (h.a.)	Carga Horária Semestral (h.a./ h.r.)	Pré-requisito	Módulo
Desenho de Produto	4	72/60	Desenho de Moda	IV
Planejamento e Composição de Coleção	4	72/60	Não se aplica	IV
Oficina de Prototipagem	4	72/60	Modelagem e Oficina de Costura	IV
Design de Superfície	4	72/60	Não se aplica	IV
Empreendedorismo e Moda	4	72/60	Não se aplica	IV
	Total: 20	Total: 360/300		

Período Letivo V: Projeto Aplicado

Componente Curricular	Carga Horária Semanal (h.a.)	Carga Horária Semestral (h.a./ h.r.)	Pré-requisito	Módulo
-----------------------	------------------------------	--------------------------------------	---------------	--------

Projeto de Pesquisa em Design de Moda	4	72/60	Módulo IV	V
Planejamento Visual Gráfico	4	72/60	Não se aplica	V
Styling e Moda	4	72/60	Não se aplica	V
Vitrinismo	4	72/60	Não se aplica	V
	Total: 16	Total: 288/240		

Período Letivo VI: Complementação Projetual

Componente Curricular	Carga Horária Semanal (h.a.)	Carga Horária Semestral (h.a./ h.r.)	Pré-requisito	Módulo
Trabalho de Conclusão de Curso	4	72/60	Módulo V	VI
Componente Optativa (N.E. ou N.C.)	4	72/60	Não se aplica	VI
Marketing de Moda	4	72/60	Empreendedorismo e Moda	VI
	Total: 12	Total: 216/180		

Carga Horária Total:	1.944 h.a. / 1.620 h.r.
Estágio Supervisionado Obrigatório	100 h.r

9.3. NÚCLEOS DE FORMAÇÃO QUE ESTRUTURAM O CURSO

I. CONHECIMENTOS FUNDAMENTAIS

No primeiro módulo do Curso, o aluno entrará em contato com aspectos fundamentais da sua futura área de atuação profissional. Conhecimentos

básicos sobre Arte, composição estética, história da indumentária, matérias-primas para desenvolvimento dos produtos e metodologia do design costuram uma base de informações para futuros projetistas.

Serão estimulados, ao decorrer desse primeiro semestre, os debates e questionamentos sobre moda e design, em amplo sentido, bem com em recorte regional, com a finalidade de estimular o aluno a estudar nichos de mercado pouco aproveitados, visando futuros preenchimentos dos mesmos.

II. EXERCÍCIO DE CRIATIVIDADE

A criatividade é parte da metodologia do Design, sendo imprescindível seu exercício para desenvolvimento de projetos, em qualquer uma de suas inúmeras subáreas. Visando o desenvolvimento do aluno, a partir dos conhecimentos fundamentais adquiridos no primeiro módulo, este exercitará, no segundo semestre do curso, de forma pouco restritiva, essa parte tão importante para a elaboração e execução de projetos de Design, inclusive no segmento Moda. Todas as componentes, inclusive as teóricas, serão trabalhadas de tal forma que permita o aluno a desenvolver o processo criativo, rompendo barreiras de construção de produtos e com foco voltado para inovação, inclusive a estética.

III. INTRODUÇÃO AO PROJETO

Como já descrito neste material, o papel do designer, em qualquer área de atuação, é projetar. Do projeto, espera-se representação daquilo a ser construído e/ou realizado, inovação a partir da aplicação da criatividade, análises de mercado e materiais, considerações e indicações de maneiras facilitadoras para que o produto seja fabricado etc.

No terceiro módulo do Curso, o aluno passará a lidar com todas as etapas, com a iniciação metodológica do Design como um todo. Nas componentes agrupadas nesse período, o aluno desenvolverá seus trabalhos visando uma resolução de problema previamente elencado.

IV. PROJETO DE PRODUTO

No quarto Período Letivo do Curso, o aluno entrará em contato com o Projeto de Produto, em sua construção metodológica. A partir dos conhecimentos adquiridos anteriormente, o discente:

- Desenvolverá a representação bidimensional daquilo que fora criado, de forma a ser lido e construído por mão-de-obra específica;
- Colocará em prática a metodologia aprendida em trabalhos que envolvam superfícies das mais diversas, considerando suas necessidades e restrições funcionais e simbólicas;
- Buscará soluções na construção de protótipos, visando a melhor factibilidade dos mesmos, análises de possíveis modificações e verificação da solução de problemas dos mesmos.
- Exercitará o planejamento e/ou a composição de coleções de produtos do vestuário, visando uma boa atuação no mercado como projetista, comprador ou até mesmo produtor e/ou *stylist*;

Ainda, nesse Período, o incentivo, também pensando pelo viés do Design (*Thinking*), do empreendedorismo na área de Moda, buscando sanar problemas causados por nichos mercadológicos vagos de prestação de serviços e ofertas de produtos na Região.

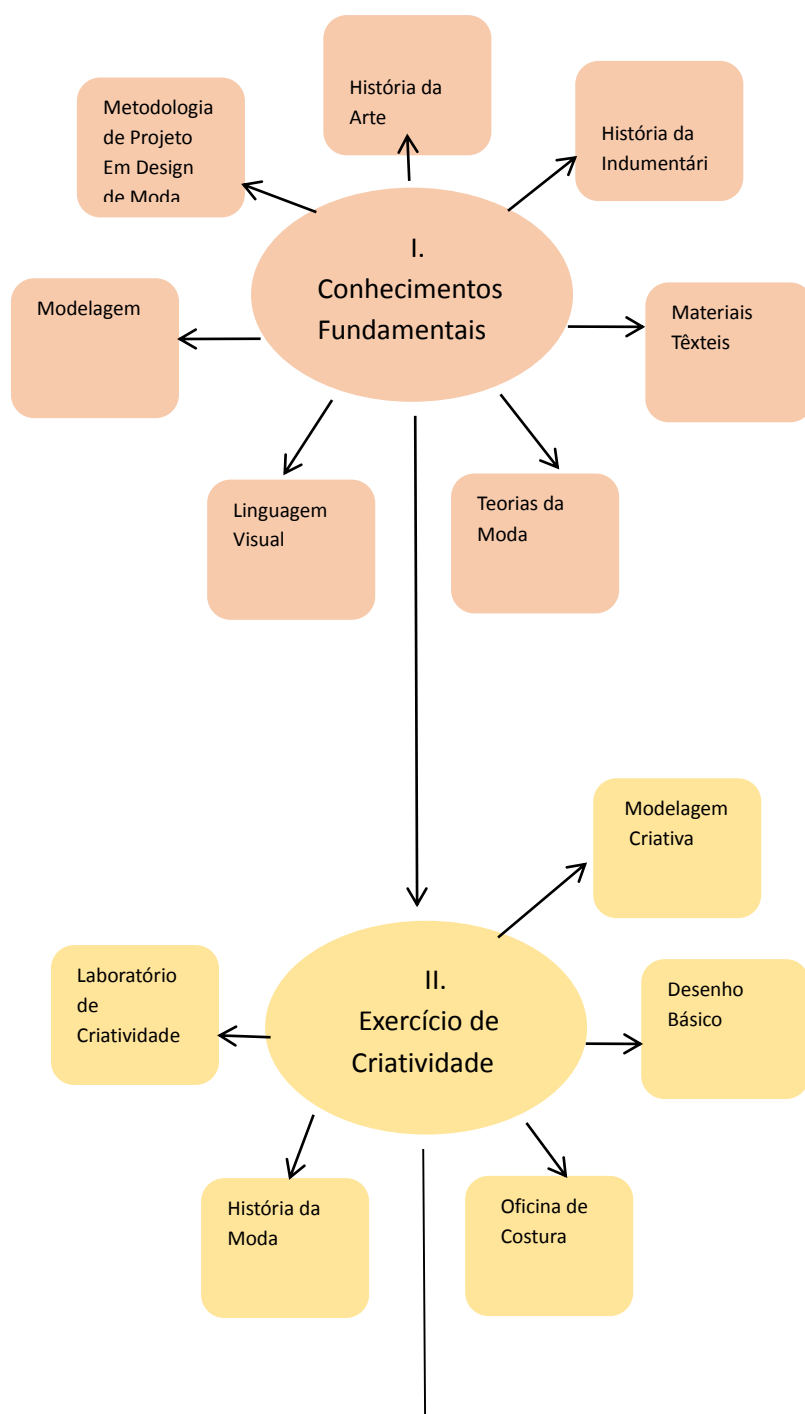
V. PROJETO APLICADO

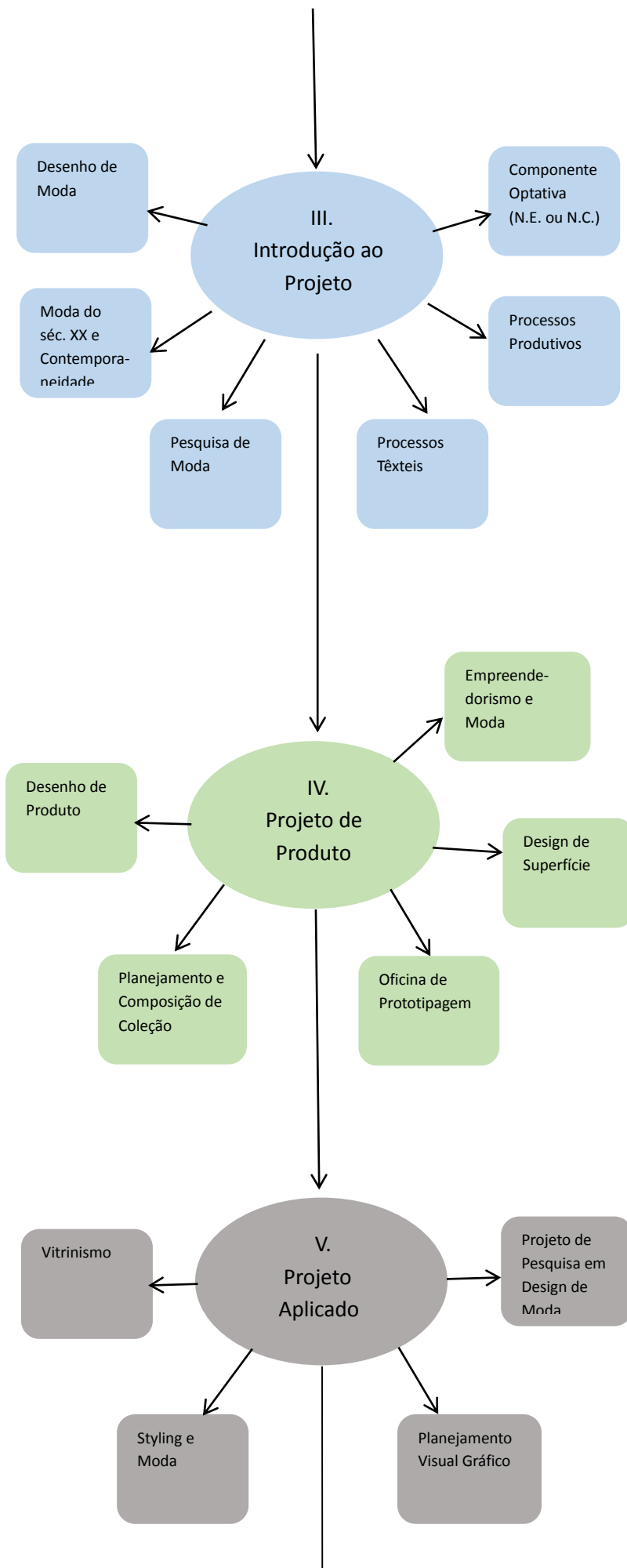
No quinto Período Letivo, o estudante, já em contato com a metodologia de projeto, buscará resoluções, em uso das mesmas, para desenvolvimento de produtos de Design (projetos), em sua amplitude aplicacional. Os componentes aqui agrupados promoverão a aplicação metodológica bem como o exercício criativo de acordo com necessidades e restrições para a solução de problemas. As visualidades também serão sublinhadas dentro de cada proposta, visando a pesquisa de elementos estéticos e o exercício da percepção aplicada (*Gestalt*).

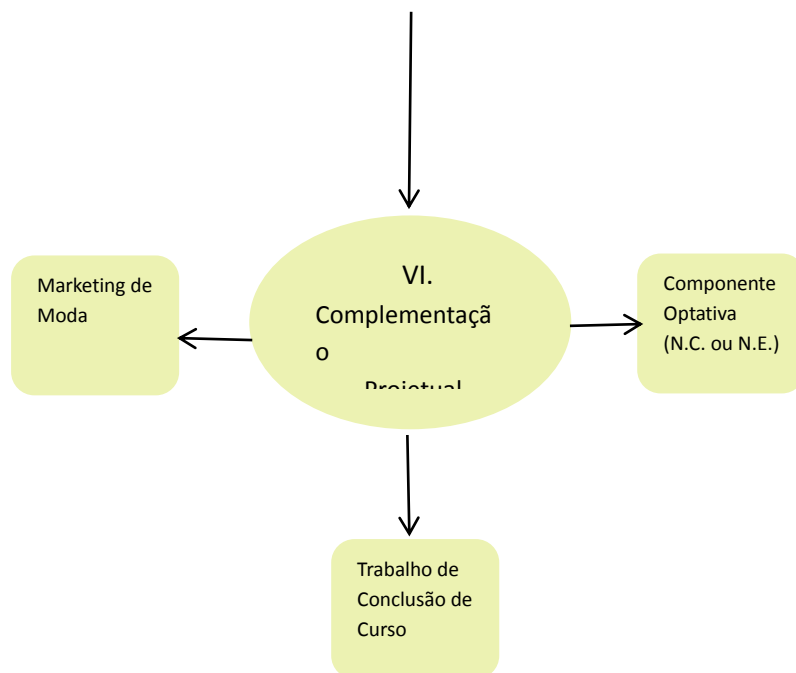
COMPLEMENTAÇÃO PROJETUAL

No sexto e último Período Letivo, o discente se dedicará ao Trabalho de Conclusão de Curso, onde aplicará todos os conhecimentos adquiridos juntamente com suas intenções de atuação no mercado – estas, que serão estudadas e aprimoradas no componente curricular Marketing de Moda. O aluno, nesse Período, terá, ainda, a oportunidade de complementação de seus estudos cursando algum componente opcional – ofertado de acordo com as pesquisas desenvolvidas pelo Corpo Docente e/ou sinalização de alguma necessidade de aprofundamento em algum recorte temático dentro da Área na qual se encontra o Curso.

9.4. FLUXOGRAMA







9.5. COMPONENTES OPTATIVOS

Os componentes optativos que figuram na matriz curricular do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do IFB- Campus Taguatinga serão divididas em dois grupos essenciais: os de Núcleo Comum, que são ofertados pela área não-específica do Vestuário e as N.E., ofertados pelo núcleo específico de conhecimento.

Dentro dos optativos de Núcleo Comum, encaixa-se o componente Libras.

Os componentes de núcleo específico pretendem atender às demandas das turmas em diversos contextos. Estes poderão ser ofertados a partir de necessidades observadas para uma formação específica em recortes temporais ou mesmo como um resultado de projetos de pesquisa coordenados por professores da área. Como exemplo, podemos citar algumas já listadas como possíveis temas a serem trabalhados: Cinema e Moda, Figurino, Design de Acessórios, Moda e Memória Afetiva, Moda e consumo, Ilustração etc. A ideia é que haja oferta de dois ou mais temas e que o aluno possa escolher de acordo com suas expectativas de estudo.

As horas-aula dos componentes optativos são integralizadas na carga-horária total do curso.

9.6. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO:

O trabalho de Conclusão de Curso do Design de Moda deverá ser cumprido dentro dos componentes **Projeto de Pesquisa em Design de Moda** e **Trabalho de Conclusão de Curso**. A primeira, onde se inicia a pesquisa, deverá abordar as normas científicas a serem cumpridas bem como o início da pesquisa a ser apresentada em forma de projeto. Já a segunda, trabalhará o desenvolvimento do produto seguindo a metodologia do design.

Seguindo a ideia do curso, o aluno poderá construir seu TCC de acordo com sua vocação e suas intenções de atuação no mercado. Dentro do campo do Design de Moda, pela estrutura curricular do curso aqui apresentado e pelo intuito de ofertar uma formação completa e coerente com o mercado local, espera-se uma produção de Trabalhos de Conclusão em segmentos variados, fugindo do tradicional desenvolvimento de coleções de roupas. Poderá, portanto, o aluno, produzir editoriais de moda, projetos de revistas, sites, coleções de acessórios, trabalhos de *personal styling*, composição de coleções para compras, *books* de tendências etc., de acordo com seus conhecimentos e possibilidades de orientação.

O Trabalho de Conclusão de Curso – TCC, deverá ser desenvolvido de acordo com a regulamentação do Manual de TCC, disponível no sítio do IFB.

9.7. ESTÁGIO OBRIGATÓRIO

Entende-se a importância do estágio para a atuação do futuro profissional no mercado. Porém, há de se considerar a cadeia de moda da RIDE com características peculiares e que necessitam de uma proposta real de inserção no mercado para os futuros egressos. Entendendo ainda a importância da articulação dos Institutos Federais no seu objetivo de inclusão social, articulação e relação com as empresas de um mercado atípico na sua formalidade, legalização e di-

nâmica afetada rigorosamente pelas demandas sociais de um mercado globalizado, o Curso contará com a possibilidade de estágios com empresas que possuem Termos de Cooperação nas suas mais diversas vertentes mas também possibilitará o estágio no Projeto de Apresentação. O Projeto de Apresentação seria oferecido pelo Núcleo Docente Estruturante do Curso visando as diversas oportunidades de atuação oferecidas e sendo um instrumento na formação do aluno, utilizando, ainda, de conhecimentos adquiridos durante o curso e as outras ferramentas de ensino que possuímos como projetos de pesquisa, extensão e cursos FIC.

Este projeto final contemplará a necessidade multi-trans-interdisciplinar do Design de Moda com a possibilidade dos formandos apresentarem ao mercado de moda as experiências exitosas do curso. A grade nos possibilita de formar alunos que atuarão em toda cadeia produtiva do mercado. Sendo assim, o Projeto de Apresentação será feito baseado na integração entre alunos, cursos e com a possibilidade multicampi.

Como já exposto neste material, o mercado de moda no Distrito Federal possui especificidades quando em comparação com outras regiões do País. Sua formalização como profissional – como contratado ou mesmo como empresário – se dará a partir de sua boa formação e do contato direto com a realidade do mercado.

Desta forma, apresentamos as duas possibilidades para o egresso cumprir a carga horária do estágio obrigatório que irá complementar a sua formação:

1. Estagiar em empresa regularizada, com o devido Contrato de Convênio de Estágio com o IFB em vigor exercendo funções da área do Design de Moda e da cadeia produtiva de moda;
2. Estágio em projetos de pesquisa e extensão do IFB vinculados à cadeia produtiva do Design de Moda, monitorias e projetos como a Empresa Júnior além do já referido Projeto de Apresentação para o mercado de moda do Distrito Federal e RIDE. Os certificados serão emitidos pelo IFB dentro da sua área administrativa: PRPI, PREN e/ou PREX.

O estágio obrigatório deverá contemplar a carga horária mínima de **100 horas**, sendo que, para fins de comprovação, o aluno deverá apresentar a documentação de vínculo de estágio exigida, sendo sua atuação, obrigatoriamente ligada aos objetivos expostos neste material.

X- AVALIAÇÃO DE APRENDIZAGEM

As avaliações e aproveitamento de estudos e/ou saberes seguirão as normas estabelecidas internamente pelo Instituto Federal de Brasília, dentro da Legislação Vigente, e têm como finalidade tanto o acompanhamento ao desenvolvimento na construção do conhecimento, quanto o reconhecimento institucional das competências e habilidades adquiridas.

10.1. AVALIAÇÕES

As avaliações de aprendizagem serão aplicadas, de acordo com a necessidade de cada componente, através de análises sobre o andamento dos estudos e desenvolvimento das competências e habilidades dos alunos.

Cada professor responsável pelos componentes deverá determinar qual o tipo de avaliação melhor se adequará ao alcance dos objetivos das avaliações, seguindo o cumprimento das ementas contidas neste material.

Poder-se-á, inclusive, apresentar-se propostas de avaliações integradas, devidamente planejadas pelo corpo docente envolvido, viabilizáveis por projetos que contemplem três ou mais componentes pertencentes a um mesmo período letivo, por A.B.P. ou Aprendizagem Baseada em Problemas. (em inglês, *P.B.L. ou Problem Based Learning*).

Dentre os diversos instrumentos de avaliação, poderão ser considerados os seguintes:

- Provas;

- Trabalhos teórico-práticos;
- Conjuntos de exercícios desenvolvidos em sala e/ou extraclasse;
- Apresentação de seminários;
- Relatórios e análises de visitas técnicas, palestras, congressos etc.

O formato para apresentação bem como os critérios para avaliação serão elencados e divulgados pelo professor responsável ou pelo grupo de docentes proponente do projeto para avaliação integrada. Serão considerados nulos os trabalhos apresentados e/ou entregues contendo partes copiadas sem referências; Também, aqueles que não primam pela autoria do aluno. Os estudos, desenvolvimento de pensamento crítico e análises autorais serão incentivados e cobrados em todo o percurso curricular do aluno.

Segundo a Resolução 028/2012/CS-IFB, o aluno é aprovado com:

- Frequência igual ou maior que 75%;
- Nota final igual ou maior que seis pontos.

10.2. APROVEITAMENTO DE ESTUDOS

Poderão ser validados aproveitamento de estudos realizados pelos alunos em outra instituição de ensino superior, desde que os conteúdos estudados contemplem ao menos 75% do conteúdo da disciplina e a frequência do aluno seja no mínimo de 75%, conforme O.D.P. de Cursos de Graduação do IFB (Resolução 028/2012). O Colegiado do Curso é responsável por resolver os casos omissos.

10.3. PESQUISA E EXTENSÃO

A participação de alunos em projetos de Pesquisa e Extensão propostos por docentes da área de Vestuário será incentivada constantemente.

A organização dos projetos será dada através dos Grupos de Pesquisa previamente cadastrados no CNPq e autorizados pelas Instituições. De forma a manter intercâmbios de conhecimentos e diálogos interinstitucionais, os alunos poderão, inclusive, participar de projetos de pesquisa e/ou extensão cadastrados em outras IES.

Os projetos poderão ser apresentados em periodicidade não definida, sendo a participação de alunos promovida através de organização interna, seguindo as orientações da Pró-Reitoria de Pesquisa e Inovação do Instituto Federal de Brasília e normas vigentes. Poderão, ainda, ser apresentados projetos em linhas de pesquisa diferenciadas, respeitando, dessa maneira, a liberdade individual do pesquisador.

Inicialmente, a área de Vestuário conta com dois Grupos de Pesquisa cadastrados:

1. Modatividade, que pesquisa projetos de design de moda em todas as suas etapas, inclusive análises sobre o consumo, como início ou finalização de projetos.
2. Ressignificação de Produtos Vestíveis, que pesquisa a ressignificação de objetos de vestuário, sustentabilidade, alterações formais, reaproveitamento de materiais, estudos sobre Cultura Material e Memória Afetiva.

Todos os dois grupos contemplam, em seus objetivos, os estudos propostos através das componentes curriculares do Curso, podendo, portanto, abarcar pesquisas aprofundadas nos mais diversos assuntos relacionados ao Design e à Moda.

Dentro e fora de projetos de extensão, serão incentivadas, também, as atividades de extensão. Organização, promoção e/ou participação em eventos da área, relacionados e correlacionados e monitorias são exemplos de atividades de extensão a serem consideradas.

XI- INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

	Laboratório/Sala de Aula/Ambiente de Apoio	Área (m²)
	LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA APLICADA (CAD VESTUÁRIO)	66
	LABORATÓRIO DE MODELAGEM	66
	LABORATÓRIO DE TECNOLOGIA DA CONFECÇÃO (PLOTAGEM E RECORTE)	150
	LABORATÓRIO DE PRODUÇÃO E VESTUÁRIO	66
	SALA DE COORDENAÇÃO	40
LABORATÓRIO DE INFORMÁTICA APLICADA (CAD VESTUÁRIO)		
Descrição (Materiais, Ferramentas, Softwares Instalados, e/ou outros dados)		
01	DataShow	
32	Microcomputadores Pentium IV de 2,4GHZ a 3,0 GHZ, de 256 a 1024 MB de RAM, HD de 80 GB, Gravador de CD com leitor de DVD e monitor de 17".	
01	Plotter	
01	Impressora	
01	Impressora	
LABORATÓRIO DE MODELAGEM		
Descrição (Materiais, Ferramentas, Softwares Instalados, e/ou outros dados)		
10	Banquetas	

01	Mesa Professor
01	Cadeira de professor
01	Quadro de acrílico
01	Armário para guarda de material
65	Manequins de draping
03	Biombos para provas com espelho
LABORATÓRIO DE TECNOLOGIA DA CONFECÇÃO	
02	Mesas para enfiesto (2,50mtsX11,0mts)
01	Enfiestadeira
09	Máquina Industrial Reta
10	Cadeiras ergonômicas
01	Mesa de professor
01	Quadro acrílico
40	Banquetas
01	Suporte para Bobina Papel Modelagem
01	Mesa para corte de moldes em cartolina

11	Máquinas de corte
01	Armário
03	Luvas de Aço
45	Cronômetros

LABORATÓRIO DE PRODUÇÃO DE VESTUÁRIO (COSTURA)	
35	Máquinas de costura industrial diversas
35	Cadeiras ergonômicas
01	Mesa Professor
01	Cadeira de professor
01	Quadro de acrílico
01	Armário para guarda de material
01	Prensa pneumática de costura

XII- PESSOAL DOCENTE E TÉCNICO ADMINISTRATIVO

12.1. CORPO DOCENTE

Prof. Esp. Alexandre Guimarães Rodrigues

Bacharelado em Design de Moda

Especialização em Artes Visuais: Cultura e Criação
Dedicação Exclusiva

Profª Esp. Amélia Pena de Faria Sousa

Graduação em Educação Artística com Habilitação em Artes Plásticas
Especialização em Arteterapia em Educação e Saúde
Dedicação Exclusiva

Profª Esp. Camila Rodrigues da Fonseca

Bacharelado em Moda
Especialização em Moda, Criação e Produção
Dedicação Exclusiva

Prof. Me. Francisco Nunes dos Reis Junior

Bacharelado em Administração
Mestrado em Administração
Doutorando em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações
Dedicação Exclusiva

Prof. Me. José Oliver Faustino Barreira

Graduação em História
Especialização em Filosofia
Mestrado em História
Dedicação Exclusiva

Profª Esp. Juliana Aragão Lemes da Costa

Graduação Tecnológica em Design de Moda
Especialização em Artes Visuais: Cultura e Criação
Mestranda no Mestrado Profissional em Políticas Públicas e Gestão da
Educação Profissional
Dedicação Exclusiva

Profª MSc. Juliana Rangel de Moraes Pimentel

Graduação em Engenharia Têxtil

Mestrado em Engenharia Mecânica

Dedicação Exclusiva

Prof^a Esp. Moema Carvalho Lima

Bacharelado em Design de Moda

Especialização em Primeira Gerência em Gestão de Negócios – Marketing

Dedicação Exclusiva

Prof^a. Ma. Priscila Bosquê de Almeida Batista

Bacharelado em Design de Moda

Especialização em Arte e Cultura de Moda

Mestrado em Artes

Dedicação Exclusiva

Prof^a. Ma. Rafaela Felipe Asmar

Bacharelado em Design de Moda

Mestrado em Cultura Visual

Dedicação Exclusiva

Prof^a Esp. Suzana Curi Guerra

Bacharelado em Desenho Industrial – Programação Visual

Especialização em Gestão da Qualidade em Serviços

Mestranda no Mestrado Profissional em Políticas Públicas e Gestão da Educação Profissional

Dedicação Exclusiva

12.2. NÚCLEO DOCENTE ESTRUTURANTE – N.D.E.

A resolução n.º 005-2013/CS – IFB dispõe sobre a constituição do Núcleo Docente Estruturante – NDE. O NDE é o conjunto de professores, de elevada formação e titulação, que respondem diretamente pela criação, implantação e consolidação do projeto pedagógico do curso.

Conforme a Resolução CONAES/INEP 01, de 17 de junho de 2010, o Núcleo

Docente Estruturante (NDE) de um curso de graduação constitui-se de um grupo de professores atuante no processo de concepção, acompanhamento, consolidação e contínua atualização do Projeto Pedagógico do Curso (PPC), com as seguintes atribuições:

I – contribuir para a consolidação do perfil profissional do egresso do curso;

II – propor e recomendar sobre as modificações no Projeto Pedagógico e no Programa dos Componentes Curriculares do Curso, com base nos objetivos, no perfil do profissional desejado, nas características e necessidades regionais da área e do mundo do trabalho;

III – avaliar o processo ensino-aprendizagem e os resultados obtidos, propondo as alterações que se fizerem necessárias ao curso;

IV – zelar pela integração curricular interdisciplinar e contextualizada entre as diferentes atividades de ensino constantes no currículo;

V – indicar formas de incentivo ao desenvolvimento de atividades de pesquisa e extensão que promovam a formação profissional em consonância com o mundo do trabalho e estejam afinadas com as políticas públicas relativas à área de conhecimento do curso;

VI – zelar pelo cumprimento das Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação.

12.3. CORPO TÉCNICO-ADMINISTRATIVO

Bibliotecários:

Marcelo José Rodrigues da Conceição

Aryane Tada

Técnicos em Assuntos Educacionais:

Maristela Lopes Rodrigues de Lacerda
Denise dos Santos Batista

Coordenador de Registro Acadêmico:

Leandro Alves Faria

Técnicos de Laboratório/ Vestuário:

Glória Juliane de Carvalho Rabelo

Lucia Pilar Gonzalez Fernandes

Rodrigo Luiz dos Santos

XIII- DIPLOMA

Ao final do Curso o aluno que cumpriu todas as componentes obtendo aprovação em todas elas receberá o título de Tecnólogo em Design de Moda, expedido pelo Instituto Federal de Brasília, conferido pelo Ministério da Educação.

XIV- AVALIAÇÃO DO PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO

A avaliação do Projeto Pedagógico do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda será feita, em periodicidade definida em Resoluções Internas do IFB, pela Comissão Própria de Avaliação – C.P.A..

A atenção será dada, especialmente, às dimensões estabelecidas nos Instrumentos de Avaliação do Inep/MEC.

Pesquisas serão feitas, também, periodicamente, a partir da formação da primeira turma, com o objetivo de ser analisada a atuação do profissional formado em Design de Moda pelo IFB já inserido no mercado. O resultado das pesquisas poderá ou não culminar em reavaliação de componentes curriculares, a fim de acompanhar o desenvolvimento do mercado e a absorção dos diferentes perfis profissionais das áreas do Design e da Moda pelas empresas do Distrito

Federal e de outros Estados, em casos esporádicos.

Em observância ao SINAES, o Curso aqui estruturado passará, ainda, pelo processo de Reconhecimento, em prazo estipulado, através de avaliação feita por Comissão Externa composta por docentes cadastrados no Basis e formada pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira – o INEP.

XV- ACOMPANHAMENTO DOS EGRESSOS

Os alunos egressos do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda serão acompanhados em sua trajetória profissional, por determinado tempo, a fim de analisar o cumprimento dos objetivos preestabelecidos neste Projeto.

Serão desenvolvidas e definidas metodologias para tal ação, pelo Núcleo Docente Estruturante, que facilitem a comunicação dos egressos com a Instituição formadora. Alguns egressos que se destacarem no mercado poderão, inclusive, serem convidados para expor suas experiências durante e depois de sua formação, incentivando, dessa maneira, os alunos recém-matriculados a concluírem o curso da melhor forma possível.

REFERÊNCIAS:

BRASIL. Lei de diretrizes e bases da educação nacional, nº 9394/96. Brasília: MEC.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE BRASÍLIA (IFB). Documentos internos. Projeto pedagógico de Curso Superior em Computação. Brasília: 2013.

SINAES – Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior: da concepção

à regulamentação. 5ª ed. Brasília: Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2009.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia. Brasília: Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica.

SEBRAE. APL de Vestuário: plano de desenvolvimento preliminar. Brasília: 2007.

SEBRAE. Foco no Mercado: Pesquisa de dados secundários vestuário. Brasília: 2010.

BIBLIOGRAFIA:

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

COELHO, Luiz Antonio L. (Org.). Conceitos-chave em design. Rio de Janeiro: Puc-Rio, 2008.

FREIRE, Paulo. Pedagogia da autonomia: Saberes necessários à prática pedagógica. 3.ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

_____. Educação como prática da liberdade. 5. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1975.

LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

SACRISTÁN, José Gimeno (et.al.). Educar por competências: o que há de novo?. Porto Alegre: Artmed, 2011.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Introdução a uma ciência pós-moderna. Porto: Afrontamento, 1998.

_____. Um discurso sobre as ciências. Porto: Afrontamento, 2010.

SANTOS, Jurandir. Educação profissional e práticas de avaliação. São Paulo: Senac SP, 2010.

SAVIANI, Dermeval. Plano de Desenvolvimento da Educação: Análise crítica da política do MEC. Campinas: Autores Associados, 2009.

SIERRA, Francisco. Introdução à Teoria da Comunicação Educativa. Brasília: Verbena, 2014.

YATES, Julia. Profissão moda: Guia das 55 carreiras profissionais de maior futuro no mundo da moda. São Paulo: GG Brasil, 2013.

Sítios Eletrônicos Consultados:

Governo do Distrito Federal – GDF. www.districtofederal.df.gov.br. Acesso em 16/04/2014.

Governo do Distrito Federal – GDF. www.taguatinga.df.gov.br. Acesso em 16/04/2014.

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. www.ipea.gov.br. Acesso em 12/03/2014.