

**PLANO DE CURSO**

---

# TÉCNICO EM PRODUÇÃO DE MODA

## **SENAI - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL**

Departamento Regional de Alagoas

CNPJ: 03.798.361/0001-13

*Carlos Alberto Pacheco Paes*

**Diretor Regional do SENAI Alagoas**

*Cristina Bezerra Suruagy Nogueira*

**Diretora de Educação e Tecnologia**

*Clarisse Barreiros Barbosa de Araújo*

**Gerente Executiva de Educação**

*Thiago Melo de Almeida*

**Coordenador de Educação Profissional**

### **ELABORAÇÃO CURRICULAR**

*Kelly Emanuele de Barros Acioli*

*Andressa Souza Galvão*

*Marcos André Leão Barbosa de Macedo*

**Instrutores da Área de Moda**

*Kelly Emanuele de Barros Acioli*

**Supervisora Técnico da Área de Moda**

# SUMÁRIO

<b>1. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO.....</b>	<b>4</b>
<b>2. JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>4</b>
<b>3. OBJETIVOS .....</b>	<b>5</b>
<b>4. REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO .....</b>	<b>6</b>
<b>5. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO.....</b>	<b>7</b>
<b>6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR.....</b>	<b>11</b>
6.1. MATRIZ CURRICULAR DO CURSO.....	11
6.2. TEMPO DE INTEGRALIZAÇÃO DO CURSO .....	12
6.3. SOBRE O ESTÁGIO SUPERVISIONADO OPCIONAL.....	12
6.4. EMENTAS DAS UNIDADES CURRICULARES .....	13
6.4.1. 040.0086 – Fundamentos da moda – 40 horas.....	13
6.4.2. 040.0053 – Introdução à tecnologia da informação e comunicação – 40 horas.....	16
6.4.3. 062.0001 – Fundamentos da produção de moda – 62 horas.....	20
6.4.4. 012.0004 – Saúde e segurança no trabalho – 12 horas.....	23
6.4.5. 016.0001 – Introdução a qualidade e produtividade – 16 horas.....	25
6.4.6. 024.0003 – Introdução a indústria 4.0 – 24 horas.....	28
6.4.7. 012.0003 – Introdução ao desenvolvimento de projetos – 12 horas.....	30
6.4.8. 070.0003 – Pesquisa aplicada à Produção de moda – 70 horas.....	32
6.4.9. 008.0003 – Sustentabilidade nos Processos Industriais – 08 horas.....	35
6.4.10.016.0003 – Criatividade e Ideação em Projetos de Inovação – 16 horas.....	37
6.4.11.016.0004 – Modelagem de Projetos de Inovação – 16 horas .....	40
6.4.12.020.0013 – Implementação de Negócios Inovadores – 20 horas .....	42
6.4.13.024.0002 – Prototipagem de Negócios Inovadores – 24 horas.....	45
6.4.14.160.0022 – Projetos de Exposição de Produtos – 160 horas.....	47
6.4.15.080.0074 – Composição Visual e Estilo I – 80 horas .....	51
6.4.16.080.0075 – Composição Visual e Estilo II – 80 horas.....	54
6.4.17.160.0023 – Projetos de Imagem – 160 horas.....	56
6.4.18.080.0076 – Projeto Executivo de Comunicação de Moda – 80 horas.....	61
6.4.19.080.0077 – Projetos de Desfile de Moda– 80 horas .....	64
<b>7. APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES .....</b>	<b>69</b>
<b>8. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM .....</b>	<b>70</b>
8.1. ETAPAS DO PROCESSO AVALIATIVO DOS ESTUDANTES DO SENAI.....	70
8.1.1. Avaliação prática ao longo da unidade curricular.....	71
8.1.2. Avaliação objetiva ao fim da unidade curricular .....	71
8.1.3. Avaliação do Projeto Integrador ao fim do semestre .....	71
8.1.4. Avaliação Objetiva Semestral .....	72
8.2. CRITÉRIOS PARA APROVAÇÃO DO ESTUDANTE .....	72
8.2.1. Critérios para Aprovação do Estudante em Unidades Curriculares Presenciais e Semipresenciais .....	72
8.2.2. Critérios para Aprovação do Estudante em Unidades Curriculares 100% à Distância.....	72
8.2.3. Segunda chamada na Prova Objetiva.....	72
8.2.4. Prova de Recuperação da Unidade Curricular.....	73
8.2.5. Procedimentos em Caso de Reprovação em Unidade Curricular.....	73
<b>9. INFRAESTRUTURA FÍSICA E TECNOLÓGICA .....</b>	<b>74</b>
<b>10. QUALIFICAÇÃO DOS INSTRUTORES E EQUIPE TÉCNICA-ADMINISTRATIVA .....</b>	<b>78</b>
<b>11. CERTIFICADOS E DIPLOMAS.....</b>	<b>80</b>

## 1. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

DADOS GERAIS DO CURSO	
<b>NOME DO CURSO:</b>	TÉCNICO EM PRODUÇÃO DE MODA
<b>EIXO TECNOLÓGICO:</b>	PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN
<b>CBO ASSOCIADA:</b>	CBO 3191 – Específica: 3191-10 – Técnico em confecção do vestuário
<b>MODALIDADE SENAI:</b>	Habilitação Técnica de Nível Médio
<b>ÁREA TECNOLÓGICA:</b>	Moda

INFORMAÇÕES SOBRE A VERSÃO DO CURRÍCULO					
<b>ID DA VERSÃO DO ITINERÁRIO:</b>	2023.0	<b>ID DA VERSÃO DO CNCT:</b>	4ª Edição 2020/2023	<b>NÚMERO E ANO DA RESOLUÇÃO:</b>	01/2024
<b>CARGA HORÁRIA:</b>	1000 horas sem estágio		1100 horas com estágio opcional		

## 2. JUSTIFICATIVA

A indústria da moda é um segmento tradicional e bastante relevante para a economia mundial. Representa um dos principais mercados em faturamento global no e-commerce B2C (Direto ao consumidor). A melhora na distribuição de renda mais o crescimento do varejo de rua, shopping centers e e-commerce, aliados à agilidade nos lançamentos do mercado de roupas, constituem um dos elos mais fortes do comércio atualmente.

Como toda a indústria em ascensão, a indústria da moda vive em constante atualização tecnológica, e busca investimentos em tecnologia, consultorias e treinamentos para conseguir acompanhar essa nova lógica de consumo e monitorar o crescimento do varejo. Com isso, as empresas são obrigadas a investir em cada etapa do processo, como: criação, produção, logística, marketing e vendas. Estes investimentos e reposicionamento trouxeram resultados significativos, pois atendem a dinamicidade, agilidade e consequentemente o desejo desenfreado do consumidor, resultando em um mercado em constante aquecimento.

Diante da sua diversidade em atividades econômicas, que perpassam pela criação de modelos de peças do vestuário, acessórios, bolsas e calçados, que podem seguir para a produção personalizada ou mesmo para a produção em série, o produtor de moda, definitivamente está entre os profissionais mais requisitados do segmento. A atuação deste profissional é essencial em todos os processos, desde a orientação de tendências de moda e comunicação visual da marca. Portanto, o objeto deste plano de curso, é oferecer as competências necessárias para que o aluno possa trabalhar na promoção de produtos de moda de qualquer segmento, seja interpretando tendências criativas e de mercado, auxiliando no desenvolvimento de novos produtos ou ainda produzindo catálogos, desfiles, vitrines, exposições e campanhas publicitárias. Para atuar nessas frentes, esse profissional seleciona e organiza roupas e acessórios, cria looks, identifica locações, contratam profissionais, define casting, entre outras atribuições.

O objetivo dos cursos da área de Moda é formar profissionais com sólida base teórico-metodológica, socioemocionais e práticas profissionais, com a missão de criar soluções adequadas e alinhadas à constante

mudança promovida pelo setor. Pode-se dizer que o profissional desta área tem sido altamente demandado pelas indústrias nacionais. Dentre os dados justificam a oferta do referido, destaca-se um dos problemas que costumam afligir esse mercado é a falta de capacitação dos profissionais que atuam como produtor de moda, onde cenário encontrado é de autodidatas. E como a profissionalização nessa indústria tem sido cada vez mais exigida, quem pretende atuar em qualquer segmento da moda necessita de formação.

Foi com base na realidade do mercado local e em consonância com os propósitos estratégicos nacionais e regionais, como forma de capacitar profissionais para atuar na área, que o SENAI Alagoas, estruturou o curso Técnico em produção de Moda, contribuindo para melhorar o cenário do mundo do trabalho, com base na metodologia SENAI de competências.

### 3. OBJETIVOS

---

#### **Objetivo Geral:**

O Curso Técnico em Produção de Moda do SENAI Alagoas tem como objetivo fornecer as competências necessárias para que o aluno possa desenvolver projetos de comunicação de moda, composição visual e estilo, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade. Estando este profissional apto a trabalhar na promoção de produtos de moda de qualquer segmento, interpretando tendências de moda e de mercado e auxiliando no desenvolvimento de novos produtos e também na produção fotográfica para catálogos, desfiles, vitrines, exposições e modelos de divulgação, elaborando looks para publicidade. Ele poderá atuar em diferentes frentes de trabalho, incluindo meios de comunicação como revistas e sites de moda.

#### **Objetivos Específicos:**

Elaborar composição visual e estilo, seguindo tendências de mercado e moda, desenvolvendo projetos de comunicação, de acordo com padrões de qualidade e sustentabilidade da empresa, princípios éticos, de inclusão e diversidade, normas técnicas e regulamentos aplicáveis à ocupação, adquirindo as seguintes competências profissionais:

- Criar projetos de composição visual e estilo;
- Prestar consultoria de imagem e estilo;
- Viabilizar estrutura para projetos de moda;
- Criar projetos de imagem e ou de Mídias digitais e virtuais;
- Criar projetos de exposição de produto;
- Criar projetos de desfile de moda;
- Supervisionar equipes de trabalho.

## 4. REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO

---

Para ingresso no curso, o candidato deverá atender aos requisitos descritos a seguir:

- Ter idade mínima de 16 anos, completos até o dia da matrícula;
- Cursando o 2º ano do Ensino Médio ou ter concluído até o dia da matrícula;
  - Em regime de exceção, será permitido:
    - O ingresso do candidato que esteja cursando o segundo ou terceiro ano do Ensino Médio, desde que este comprove a conclusão do ensino médio até a data da conclusão do curso técnico, sob pena de não ser diplomado.
    - O ingresso do candidato que esteja cursando o primeiro ano do Ensino Médio, caso a oferta seja realizada nas modalidades concomitante, integral ou Novo Ensino Médio.
- Apresentar documentação exigida para matrícula:
  - Documentação do Candidato:
    - RG e CPF;
    - Comprovante de Escolaridade;
    - Comprovante de Residência (emitido dentro dos últimos 3 meses);
  - Documentação do Responsável Legal (caso o candidato tenha idade inferior a 18 anos):
    - RG e CPF;
    - Comprovante de Escolaridade;
    - Comprovante de Residência (emitido dentro dos últimos 3 meses);

O acesso ao curso se dará de acordo com o tipo de oferta, conforme a seguir:

- Em ofertas cujo financiamento da formação seja pago pelo aluno ou seu responsável legal, ou ainda, pago pela empresa, o acesso se dará por ordem de matrícula;
- Em ofertas associadas à gratuidade regimental, as formas de acesso serão estabelecidas em documentos próprios.

## 5. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

O egresso deste curso estará apto a exercer a profissão, desempenhando as funções e subfunções descritas no quadro a seguir:

<b>TÉCNICO EM PRODUÇÃO DE MODA</b>	
<b>FUNÇÃO:</b>	1. Elaborar composição visual e de estilo, seguindo tendências de mercado e moda, de acordo com padrões de qualidade e sustentabilidade da empresa, princípios éticos, de inclusão e de diversidade, normas técnicas e regulamentadoras aplicáveis à ocupação.
<b>SUBFUNÇÕES</b>	<b>PADRÃO DE DESEMPENO</b>
1.1. Realizar pesquisas de mercado, comportamento, consumo e tendências aplicadas à produção de moda.	1.1.1. Considerando o briefing do projeto.
	1.1.2. Considerando as ferramentas e técnicas de pesquisa.
	1.1.3. Considerando o perfil do público-alvo.
	1.1.4. Considerando procedimentos de registro de informações.
1.2. Criar projetos de composição visual e de estilo.	1.2.1. Considerando o briefing do projeto de composição visual e de estilo.
	1.2.2. Seguindo legislação, normas técnicas, de qualidade, de saúde e segurança do trabalho e de meio ambiente.
	1.2.3. Considerando os resultados da pesquisa aplicada à composição visual e de estilo.
	1.2.4. Considerando os recursos físicos, tecnológicos e financeiros necessários em função do briefing do projeto.
	1.2.5. Considerando os procedimentos e tecnologias de comunicação do universo físico e/ou digital.
	1.2.6. Considerando as etapas e prazos para a realização dos projetos de composição visual e de estilo.
1.3. Elaborar projetos da solução inovadora.	1.3.1. Considerando as necessidades, gargalos e desafios identificados e ou demandados pelas empresas que atuam na área, segmento tecnológico ou segmento da sociedade (clientes/usuários).
	1.3.2. Utilizando as metodologias e ferramentas que melhor se aplicam ao levantamento e à sistematização de dados relacionados às necessidades, gargalos e desafios identificados e ou demandados pelas empresas e/ou sociedade.
	1.3.3. Estabelecendo os recursos necessários ao desenvolvimento do projeto, em função da solução proposta para o atendimento das necessidades, gargalos e desafios identificados e ou demandados pela empresa e/ou sociedade.
	1.3.4. Utilizando ferramentas que se aplicam à estruturação e à sistematização das informações que compõem o projeto.
	1.3.5. Refereciando-se nos dados que asseguram a exequibilidade do projeto.
	1.3.6. Considerando estratégias de apresentação, em função das características do demandante e da proposta a ser apresentada.
1.4. Realizar estudos de viabilidade técnica e financeira da solução	1.4.1. Considerando as tecnologias e recursos, técnicos e humanos, necessários ao desenvolvimento da solução prevista no escopo validado.
	1.4.2. Utilizando ferramentas que se aplicam à estruturação e à sistematização das informações que compõem os estudos de viabilidade técnica e financeira.
1.5. Elaborar a proposta de valor da solução inovadora.	1.5.1. Considerando a proposta de projeto e os aspectos indispensáveis à construção da proposta de valor e do modelo de negócio (clareza, linguagem, transparência, ética e legalidade).
	1.5.2. Utilizando as ferramentas mais indicadas para o tipo e características do projeto.

<b>FUNÇÃO:</b>	2. Desenvolver projetos de comunicação de moda, seguindo tendências de mercado e moda, de acordo com padrões de qualidade e sustentabilidade da empresa, princípios éticos, de inclusão e de diversidade, normas técnicas e regulamentadoras aplicáveis à ocupação.
<b>SUBFUNÇÕES</b>	<b>PADRÃO DE DESEMPENO</b>
2.1. Criar projetos de imagem de moda.	<p>2.1.1. Considerando o briefing e a proposta conceitual e comercial do projeto de comunicação de moda.</p> <p>2.1.2. Considerando os resultados da pesquisa aplicada a composição visual e de estilo da marca.</p> <p>2.1.3. Considerando os princípios éticos, normas técnicas e legislações referentes aos ambientes e produtos físicos e digitais, aos direitos autorais, de uso de imagem e áudio.</p> <p>2.1.4. Considerando os princípios e técnicas de design gráfico e da fotografia de moda adequado ao briefing do projeto.</p> <p>2.1.5. Considerando o público-alvo do projeto e os diferentes canais de comunicação de moda.</p> <p>2.1.6. Considerando procedimentos e tecnologias de comunicação do universo físico e/ou digital.</p> <p>2.1.7. Considerando a infraestrutura disponível para realização dos projetos de imagem de moda.</p> <p>2.1.8. Atendendo aos procedimentos de registros de informações dos projetos.</p> <p>2.1.9. Considerando os requisitos de qualidade, meio ambiente, sustentabilidade, saúde e segurança.</p> <p>2.1.10. Considerando as etapas e prazos para realização dos projetos.</p>
2.2. Criar projetos de exposição de produtos de moda.	<p>2.2.1. Considerando o briefing e a proposta conceitual e comercial do projeto de comunicação de moda.</p> <p>2.2.2. Considerando os princípios éticos, normas técnicas e legislações referentes aos ambientes e produtos físicos e digitais, aos direitos autorais, de uso de imagem e áudio.</p> <p>2.2.3. Considerando as informações das pesquisas de referência de moda, mercado e público-alvo.</p> <p>2.2.4. Considerando as características dos diferentes ambientes de exposição do produto.</p> <p>2.2.5. Considerando as técnicas de visual merchandising.</p> <p>2.2.6. Considerando procedimentos e tecnologias de comunicação dos ambientes físicos e/ou digitais.</p> <p>2.2.7. Considerando a viabilidade da infraestrutura para projetos de exposição de produtos.</p> <p>2.2.8. Atendendo aos procedimentos de registros de informações do projeto de exposição de produtos de moda.</p> <p>2.2.9. Considerando os requisitos de qualidade, meio ambiente, sustentabilidade, saúde e segurança.</p> <p>2.2.10. Considerando as etapas e prazos para realização dos projetos.</p>
2.3. Criar projetos de desfile de moda	<p>2.3.1. Considerando o briefing e a proposta conceitual e comercial do projeto de comunicação de moda.</p> <p>2.3.2. Considerando as informações das pesquisas de referência de moda, mercado e público-alvo.</p> <p>2.3.3. Considerando princípios éticos, normas técnicas e legislações referentes aos ambientes, aos direitos de uso de imagem e áudio, aos direitos autorais, ao ambiente digital e à sustentabilidade.</p> <p>2.3.4. Considerando as características dos diferentes ambientes para</p>

	realização do desfile de moda físico ou digital.
	2.3.5. Considerando procedimentos e tecnologias de comunicação dos ambientes físicos e/ou digitais.
	2.3.6. Considerando a infraestrutura para realização do desfile de moda.
	2.3.7. Atendendo aos procedimentos de registros de informações do projeto de desfile de moda.
	2.3.8. Considerando os requisitos de qualidade, meio ambiente, sustentabilidade, saúde e segurança.
	2.3.9. Considerando as etapas e prazos para realização dos projetos.
2.4. Coordenar a execução do projeto de comunicação de moda	2.4.1. Considerando o projeto de comunicação de moda a ser executado.
	2.4.2. Atendendo aos requisitos de qualidade, meio ambiente, saúde e segurança e sustentabilidade.
	2.4.3. Considerando as ferramentas de gestão de recursos humanos, financeiros, físicos e tecnológicos.
	2.4.4. Atendendo as legislações relativas à contratação de serviços, locação de espaços e ou equipamentos, direitos de uso de imagem, de áudio, direitos autorais e do ambiente digital.
	2.4.5. Atendendo aos procedimentos de registros de informações estabelecidos no projeto.
2.5. Elaborar os protótipos da solução inovadora	2.5.1. Considerando a funcionalidade da solução, tendo em vista a realização dos testes requeridos pelo tipo e características do protótipo.
	2.5.2. Considerando os resultados dos estudos de viabilidade técnica, econômica e ambiental que impactam o projeto.
	2.5.3. Considerando os recursos necessários em função de cada etapa da prototipagem.
	2.5.4. Considerando as técnicas de prototipagem que se aplicam ao tipo e às características da solução de que trata o projeto.
	2.5.5. Utilizando ferramentas para a estruturação e a sistematização da documentação da prototipagem.
2.6. Elaborar a estratégia de venda do produto/serviço	2.6.1. Considerando o tipo e as características do produto/serviço, o público-alvo, a proposta de valor e o modelo de negócio.
	2.6.2. Utilizando ferramentas para a estruturação e a sistematização do plano de venda.
	2.6.3. Considerando as ferramentas e estratégias de marketing que melhor comunicam os resultados do projeto.
2.7. Elaborar estratégia de implementação para a solução inovadora	2.7.1. Considerando a complexidade e o cenário do negócio para definição de cronogramas e ferramentas de gestão a serem aplicadas.
	2.7.2. Considerando as necessidades de recursos humanos, tecnológicos, financeiros e de infraestrutura demandados pelo negócio inovador.
	2.7.3. Considerando a utilização de metodologias para a diminuição de desperdícios como referência para organização do fluxo do processo de que trata o negócio inovador
<b>COMPETÊNCIAS SOCIOEMOCIONAIS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• APRENDIZAGEM ATIVA E ESTRATÉGIAS DE APRENDIZAGEM - Demonstrar postura proativa e atitude inovadora, adaptando-se, com criatividade e flexibilidade, a novos contextos tecnológicos e organizacionais.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• CRIATIVIDADE, ORIGINALIDADE E INICIATIVA - Orientar seu comportamento para a consecução de objetivos individuais e coletivos, de modo organizado e esforçado, fazendo escolhas em relação à vida profissional e</li> </ul>	

estimulando a liberdade e a autonomia.

- ÉTICA - Apresentar comportamento ético na conduta profissional, vivenciando valores, respeitando princípios, praticando a inclusão e justiça social, respeitando diferenças.
- INTELIGÊNCIA EMOCIONAL: AUTOCONHECIMENTO E AUTORREGULAÇÃO - Apresentar controle, previsibilidade e consistência nas reações emocionais, demonstrando consciência das suas emoções, forças e limitações, o que as provoca e os possíveis impactos nas atividades profissionais e relações de trabalho.
- INTELIGÊNCIA EMOCIONAL: PERCEPÇÃO SOCIAL E HABILIDADES DE RELACIONAMENTO - Apresentar habilidade para ouvir bem e dialogar com o outro, demonstrando empatia e consciência do valor da escuta e do diálogo nas relações e atividades profissionais.
- LIDERANÇA, INFLUÊNCIA SOCIAL E EMPREENDEDORISMO - Liderar equipes de trabalho por meio de estratégias organizacionais, influenciando, estimulando e fomentando o engajamento e a cooperação, promovendo a união, a empatia, o senso de coletividade, despertando talentos e orientando colaboradores com foco em resultado.
- PENSAMENTO CRÍTICO E INOVAÇÃO - Expressar-se de modo crítico e com base em evidências claras, ponderando diferentes fatos, ideias, opiniões, visões e perspectivas aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade.
- RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS COMPLEXOS - Reconhecer demandas e apresentar possibilidades para resolução de problemas em contextos de sua atuação profissional, demonstrando postura proativa.

## 6. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

A matriz curricular mostra a forma como o curso está organizado, explicitando os módulos semestrais e unidades curriculares que o aluno deve cursar. Informa também se a unidade curricular será desenvolvida de forma presencial ou à distância e quais unidades são pré-requisitos para iniciá-la.

### 6.1. MATRIZ CURRICULAR DO CURSO

MATRIZ CURRICULAR — OFERTAS DIURNO E NOTURNAS - TEC-031.04						
	UNIDADE CURRICULAR		CH	MODALIDADE		REQUISITOS
				PRESENC.	EAD	
1º SEMESTRE	TEC.040.0086	Fundamentos da moda	40	X		
	TEC.040.0053	Introdução à tecnologia da informação e comunicação	40	X		
	TEC.062.0001	Fundamentos da produção de moda	62	X		
	TEC.012.0004	Saúde e segurança no trabalho	12	X		
	TEC.016.0001	Introdução à qualidade e produtividade	16	X		
	TEC.024.0003	Introdução a indústria 4.0	24	X		
	TEC.012.0003	Introdução ao desenvolvimento de projetos	12	X		
	TEC.070.0003	Pesquisa aplicada à produção de moda	70	X		
TEC.008.0003	Sustentabilidade nos processos industriais	8	X			
TEC.016.0003	Criatividade e ideação em projetos de inovação	16	X			
2º SEMESTRE	TEC.016.0004	Modelagem de projetos de inovação	16	X		
	TEC.020.0013	Implementação de negócios inovadores	20	X		
	TEC.024.0002	Prototipagem de negócios inovadores	24	X		
	TEC.160.0022	Projeto de exposição de produtos	160	X		
	TEC.080.0074	Composição visual e estilo I	80	X		
	TEC.000.0001	Projeto Integrador I		X		
3º SEMESTRE	TEC.080.0075	Composição visual e estilo II	80	X		TEC.080.0074
	TEC.160.0023	Projetos de imagem de moda	160	X		TEC.080.0075
	TEC.080.0076	Projeto executivo de comunicação de moda	80	X		TEC.160.0023
	TEC.080.0077	Projetos de desfile de moda	80	X		
	TEC.000.0002	Projeto Integrador II		X		
		Estágio Supervisionado Opcional	100			
<b>CARGA HORÁRIA TOTAL DO CURSO</b>			1000 horas para alunos não optantes de estágio supervisionado			
			1100 horas para alunos optantes de estágio supervisionado			

## **6.2. TEMPO DE INTEGRALIZAÇÃO DO CURSO**

---

O tempo mínimo de integralização do curso é de 1 (um) semestre, considerando as possibilidades de aproveitamento de estudos e experiências anteriores do aluno.

O tempo máximo de integralização do curso será de 8 (oito) semestres, somando os semestres com matrícula ativa e matrícula trancada.

## **6.3. SOBRE O ESTÁGIO SUPERVISIONADO OPCIONAL**

---

Por determinação desta instituição de ensino e, em consonância com a Lei 11.788/2008, o estágio supervisionado ora apresentado na matriz curricular deste curso é de caráter Não Obrigatório, sendo, portanto, opcional ao aluno cursá-lo.

Para cursar o estágio, o aluno deverá registrar sua opção por cursar o estágio supervisionado opcional. Caso o aluno (a) faça a opção em realizá-lo, ficará inteiramente responsável pela identificação da parte concedente, cabendo ao SENAI apenas, o cumprimento das obrigações legais da Instituição de Ensino previstas em Lei.

## 6.4. EMENTAS DAS UNIDADES CURRICULARES

### 6.4.1.040.0086 – FUNDAMENTOS DA MODA – 40 HORAS

**OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:**

Desenvolver capacidades básicas e socioemocionais relativas à moda e design, considerando o contexto histórico, conceitos dos diferentes segmentos do mercado e sistemas produtivos da moda, de acordo com princípios de sustentabilidade, éticos, de inclusão e de diversidade.

CAPACIDADES BÁSICAS	CONHECIMENTOS
Identificar a influência dos aspectos sociais, políticos, econômicos e culturais nas características e estilo de moda de cada época.	HISTÓRIA DA MODA <ul style="list-style-type: none"><li>• Aspectos culturais</li><li>• Aspectos estéticos</li><li>• Aspectos sociais, políticos e econômicos</li></ul> Séc. XIX aos dias atuais
Identificar os sistemas produtivos e segmentos de mercado da moda.	SISTEMAS PRODUTIVOS DA MODA <ul style="list-style-type: none"><li>• Slow Fashion</li><li>• Fast Fashion</li><li>• Prêt-à-porter</li><li>• Alta costura</li></ul> MODA E MERCADO <ul style="list-style-type: none"><li>• Público-alvo</li><li>• Segmentos de mercado</li><li>• Nichos de mercado</li></ul> CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO (FÍSICO E VIRTUAL) <ul style="list-style-type: none"><li>• Atacado</li><li>• Varejo</li></ul> CICLOS DA MODA <ul style="list-style-type: none"><li>• Introdução</li><li>• Crescimento</li><li>• Maturidade</li><li>• Declínio</li></ul> ECONOMIA PRODUTIVA DA MODA <ul style="list-style-type: none"><li>• Economia linear</li><li>• Economia circular</li><li>• Design circular</li><li>• Upcycling</li><li>• Aluguel de roupas (servitização de produtos)</li><li>• Roupas de segunda mão (second hand)</li></ul>

	<p>VISÃO SISTÊMICA DA MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceito</li> <li>• Microcosmo e macrocosmo</li> <li>• Pensamento sistêmico</li> <li>• Elementos da organização e a articulação entre eles</li> </ul>
Identificar os elementos de design aplicados no desenvolvimento de produtos de moda.	<p>DESIGN DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição</li> </ul> <p>PRINCÍPIOS DO DESIGN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Repetição</li> <li>• Ritmo</li> <li>• Gradação</li> <li>• Radiação</li> <li>• Contraste</li> <li>• Harmonia</li> <li>• Equilíbrio</li> <li>• Proporção</li> </ul> <p>ELEMENTOS DO DESIGN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Linha</li> <li>• Cor</li> <li>• Textura</li> <li>• Padronagem</li> <li>• Silhueta</li> <li>• Forma</li> <li>• Aviamentos</li> <li>• Recortes</li> <li>• Elementos de estilo</li> </ul>
<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acolher novos fatos, ideias e opiniões diferentes como oportunidades e possibilidades de mudanças positivas e inovadoras nas atividades de sua responsabilidade.</li> </ul>	<p>COMPORTAMENTO INOVADOR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Postura Investigativa</li> <li>• Mentalidade de Crescimento (Growth Mindset)</li> <li>• Curiosidade</li> <li>• Motivação Pessoal</li> </ul> <p>COMPORTAMENTO ÉTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atitudes éticas</li> <li>• O risco no julgamento das pessoas e de comportamentos</li> <li>• Princípios e valores éticos das organizações</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respeitar comportamentos, atitudes e iniciativas das pessoas, evitando julgamentos que estejam alicerçados nas próprias convicções e/ou em princípios individuais.</li> </ul>	

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- FLETCHER, Kate, GROSE, Lynda. Moda sustentabilidade: design para mudança. Editora Senac São Paulo, 2011.

- STEVENSON, N. J.; BORGES, Maria Luiza X. de A; MARCIER, Luiza. Cronologia da moda: de Maria Antonieta a Alexander Mcqueen. Rio de Janeiro: Zahar, 2012. 288 p. ISBN 978-85-378-0791-0
- POSNER, Harriet. Marketing da moda. São Paulo: Gustavo Gili, 2015. 240 p
- FRINGS, Gini Stephens. Moda: do conceito ao consumidor. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. xxiii, 472 p ISBN 9788540701779
- CARVALHAL, André. A moda imita a vida: como construir uma marca de moda. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018. 346 p
- TREPTOW, Doris Elisa. Inventando moda: planejamento de coleção. 5. ed. São Paulo: Do autor, 2013. 207 p. ISBN 9788590371823.
- GWILT, Alison. Moda Sustentável. Editora Gustavo Gill. Ed.1, 2016.
- BERLIM, Lilyan. Moda e sustentabilidade uma reflexão necessária. Estação das Letras e Cores. Edição 1, 2012.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- Acesso a plataforma WGSN, disponibilizada na biblioteca no SENAI Alagoas.
-

## 6.4.2.040.0053 – INTRODUÇÃO À TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO – 40 HORAS

<b>OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:</b>	Proporcionar o desenvolvimento de capacidades básicas e socioemocionais relativas à comunicação e ao uso de ferramentas de TIC na interpretação de normas e ou textos técnicos e uso seguro de recursos informatizados nos processos de comunicação no trabalho.
--	--

CAPACIDADES BÁSICAS	CONHECIMENTOS
Empregar os princípios, padrões e normas técnicas que estabelecem as condições e requisitos para uma comunicação oral e escrita clara, assertiva e eficaz, condizente com o ambiente de trabalho.	<p style="text-align: center;">ELEMENTOS DA COMUNICAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emissor</li> <li>• Receptor</li> <li>• Mensagem</li> <li>• Canal</li> <li>• Ruído</li> <li>• Código</li> <li>• Feedback</li> </ul> <p style="text-align: center;">NÍVEIS DE FALA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Linguagem culta</li> <li>• Linguagem técnica</li> <li>• Jargão</li> <li>• Características</li> </ul>
Interpretar dados, informações técnicas e terminologias de textos técnicos relacionados aos processos industriais.	<p style="text-align: center;">COMUNICAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificação de textos técnicos</li> <li>• Relatórios</li> <li>• Atas</li> <li>• Memorandos</li> <li>• Resumos</li> </ul> <p style="text-align: center;">TEXTOS TÉCNICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição</li> <li>• Tipos e exemplos</li> <li>• Normas aplicáveis para redação (ex.: ABNT, ISO, IEEE, ANSI...)</li> <li>• Interpretação</li> </ul>
Reconhecer características e aplicabilidade de hardware e software de sistemas informatizados utilizados na indústria.	<p style="text-align: center;">INFORMÁTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de hardware</li> <li>• Identificação de componentes</li> <li>• Identificação de processadores e periféricos</li> </ul> <p style="text-align: center;">SOFTWARE DE ESCRITÓRIO</p>

	<p>Editor de Textos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos</li> <li>• Formatação</li> <li>• Configuração de páginas</li> <li>• Importação de figuras e objetos</li> <li>• Inserção de tabelas e gráficos</li> <li>• Arquivamentos</li> <li>• Controles de exibição</li> <li>• Correção ortográfica e dicionário</li> <li>• Quebra de páginas</li> <li>• Recuos, tabulação, parágrafos, espaçamentos e margens</li> <li>• Marcadores e numeradores</li> <li>• Bordas e sombreamento</li> <li>• Colunas</li> <li>• Controle de alterações</li> <li>• Impressão</li> </ul> <p>EDITOR DE PLANILHAS ELETRÔNICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Funções básicas e suas finalidades</li> <li>• Linhas, colunas e endereços de células</li> <li>• Formatação de células</li> <li>• Configuração de páginas</li> <li>• Inserção de fórmulas básicas</li> <li>• Classificação e filtro de dados</li> <li>• Gráficos, quadros e tabelas</li> <li>• Impressão</li> </ul> <p>EDITOR DE APRESENTAÇÕES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Funções básicas e suas finalidades</li> <li>• Tipos</li> <li>• Formatação</li> <li>• Configuração de páginas</li> <li>• Importação de figuras e objetos</li> <li>• Inserção de tabelas e gráficos</li> <li>• Arquivamentos</li> <li>• Controles de exibição</li> <li>• Criação de apresentações em slides e vídeos</li> <li>• Recursos multimídia de apoio a apresentações e vídeos</li> </ul>
Utilizar recursos e funcionalidades da WEB nos processos de comunicação no trabalho, de busca,	SISTEMA OPERACIONAL

armazenamento e compartilhamento de informação.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos</li> <li>• Fundamentos e funções</li> <li>• Barra de ferramentas</li> <li>• Utilização de periféricos</li> <li>• Organização de arquivos (Pastas)</li> <li>• Pesquisa de arquivos e diretórios</li> <li>• Área de trabalho</li> <li>• Compactação de arquivos</li> <li>INTERNET (WORLD WIDE WEB)</li> <li>• Políticas de uso</li> <li>• Navegadores</li> <li>• Sites de busca</li> <li>• Download e gravação de arquivos</li> <li>• Correio eletrônico</li> <li>• Direitos autorais (citação de fontes de consulta)</li> <li>• Armazenamento e compartilhamento em nuvem</li> </ul>
Aplicar os recursos e procedimentos de segurança da informação.	<p>SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pilares da Segurança da Informação</li> <li>• Definições</li> <li>• Legislação vigente da segurança da informação</li> <li>• Golpes na internet</li> <li>• Tipos</li> <li>• Contas e Senhas</li> <li>• Navegação segura na internet</li> <li>• Backup</li> <li>• Códigos maliciosos (Malware)</li> </ul> <p>COMUNICAÇÃO EM EQUIPES DE TRABALHO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinâmica do trabalho em equipe</li> <li>• Busca de consenso</li> <li>• Gestão de Conflitos</li> </ul>
<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>
Comprometer-se com o engajamento e à cooperação nas relações de trabalho pela prática da amabilidade nas relações profissionais.	<p>Comunicação em equipes de trabalho</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dinâmica do trabalho em equipe</li> </ul>
Perceber que, em seu ambiente de trabalho e âmbitos de convívio, existem diferentes hierarquias (instituídas ou natas), instâncias de decisão e níveis de autonomia em relação a ações,	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Busca de consenso</li> <li>• Gestão de conflitos</li> </ul>

circunstâncias e propósitos.	
Acolher novos fatos, ideias e opiniões diferentes como oportunidades e possibilidades de mudanças positivas e inovadoras nas atividades de sua responsabilidade.	
Analisar as complexidades e dificuldades existentes em problemas, necessidades e oportunidades de melhoria em seu campo de trabalho, considerando suas diferentes variáveis e interfaces.	

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- SENAI. DEPARTAMENTO NACIONAL; SENAI. DEPARTAMENTO REGIONAL DE SANTA CATARINA. Fundamentos da tecnologia da informação. Brasília: SENAI/DN, 2012. 110p. (Série tecnologia da informação –software).

- 

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- BLIKSTEIN, Izidoro. Técnicas de Comunicação escrita, 2ª edição. Editora Contexto. 2016.
- POLITO, Reinaldo. Os segredos da Boa Comunicação no Mundo Corporativo, 1ª Edição. Polito, Rachel. Editora Benvirá. 2021.
- CAPRON, H.L. Introdução à informática, 8ª edição. Johnson, J.A. . Editora Do Autor. 2004.
- FERREIRA, Maria Cecília. Informática Aplicada. 3ª edição. Editora Érica. 2017.

### 6.4.3. 062.0001 – FUNDAMENTOS DA PRODUÇÃO DE MODA – 62 HORAS

**OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:**

Desenvolver capacidades básicas e socioemocionais relativas aos fundamentos da produção de moda, considerando os diferentes tipos de projetos, briefing, linguagem visual, fundamentos de matemática e novas tecnologias aplicadas a área, de acordo com princípios de sustentabilidade, éticos, de inclusão e de diversidade.

CAPACIDADES BÁSICAS	CONHECIMENTOS
Reconhecer novas tecnologias e suas aplicabilidades na produção de moda	<p>NOVAS TECNOLOGIAS APLICADAS À PRODUÇÃO DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Processos</li> <li>• Softwares e aplicativos</li> </ul>
Identificar terminologias técnicas aplicadas à produção de moda	<p>BRIEFING</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição e terminologias técnicas</li> <li>• Informações do documento</li> <li>• Objetivo</li> <li>• Empresa/marca/cliente</li> <li>• Público-alvo</li> <li>• Prazos</li> <li>• Orçamento</li> <li>• Canais de comunicação</li> <li>• Referências e inspirações</li> </ul>
Identificar tipos e funcionalidades de máquinas, equipamentos, ferramentas e acessórios aplicados a produção de moda	<p>INFRAESTRUTURA DA PRODUÇÃO DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição e terminologias técnicas</li> <li>• Materiais e Insumos</li> <li>• Máquinas, equipamentos, ferramentas e acessórios aplicados à produção de moda</li> </ul>
Identificar tipos, características e aplicabilidade dos materiais para a execução de projetos de moda	
Reconhecer as formas de representação gráfica e visual aplicadas ao desenvolvimento do projeto de moda	<p>REPRESENTAÇÕES GRÁFICAS DOS PROJETOS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição e terminologias técnicas</li> <li>• Ilustração para styling de moda</li> <li>• Projetos de Exposição</li> <li>• Projetos de Desfile</li> <li>• Projetos de Visual Merchandising (loja)</li> <li>• Projetos de Vitrine 3D</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Storyboard</li> </ul> <p>ELEMENTOS DA LINGUAGEM VISUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição e terminologias técnicas</li> <li>• Relação entre o todo e as partes</li> <li>• Perspectiva</li> <li>• Proporção, escala e tamanhos</li> <li>• Sistema de medidas</li> <li>• Espaço</li> <li>• Peso visual</li> <li>• Textura</li> <li>• Volume</li> <li>• Luz e sombra</li> <li>• Linha e forma</li> </ul>
<p>Identificar metodologias e técnicas aplicadas à pesquisa e produção de moda</p>	<p>PESQUISA APLICADA À PRODUÇÃO DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição</li> <li>• Tipos</li> <li>• Comportamento</li> <li>• Mercado</li> <li>• Tendências</li> <li>• Tema</li> <li>• Tecnológica</li> <li>• Métodos e técnicas de pesquisa</li> <li>• Tipos</li> <li>• Tipos de registros</li> <li>• Apresentação visual (caderno de tendências, entre outros)</li> <li>• Painel de Inspiração (moodboard)</li> <li>• Sketchbook</li> </ul>
<p>Aplicar os fundamentos matemáticos para cálculos relacionados à produção de moda</p>	<p>MATEMÁTICA APLICADA À PRODUÇÃO DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Geometria</li> <li>• Perímetro</li> <li>• Área</li> <li>• Massa</li> <li>• Volume</li> <li>• Conversão de Medidas</li> <li>• Porcentagem</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Razão e Proporção</li> <li>• Regra de Três</li> <li>• Simples e composta</li> <li>• Operações matemáticas fundamentais</li> <li>• Adição, subtração, divisão e multiplicação de números inteiros, fracionários e decimais</li> <li>• Estatística</li> <li>• Média</li> <li>• Moda</li> <li>• Mediana</li> <li>• Desvio padrão</li> </ul>
<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acolher novos fatos, ideias e opiniões diferentes como oportunidades e possibilidades de mudanças positivas e inovadoras nas atividades de sua responsabilidade.</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• COMPORTAMENTO INOVADOR</li> <li>• Postura Investigativa</li> <li>• Mentalidade de Crescimento (Growth Mindset)</li> <li>• Curiosidade</li> <li>• Motivação Pessoal</li> <li>•</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respeitar comportamentos, atitudes e iniciativas das pessoas, evitando julgamentos que estejam alicerçados nas próprias convicções e/ou em princípios individuais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• COMPORTAMENTO ÉTICO</li> <li>• Atitudes éticas</li> <li>• O risco no julgamento das pessoas e de comportamentos</li> <li>• Princípios e valores éticos das organizações</li> </ul>
<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• FAÇANHA, Astrid; MESQUITA, Cristiane; CASTILHO, Kathia. Styling e criação de imagem de moda. 3ª ed. São Paulo: SENAC, 2022. 344 p. ISBN 9788539635238.</li> <li>• Seixas, Cristina; Catoira, Lu. Estética da moda: styling e produção. Niterói, RJ: Editora Candido, 2021.</li> <li>• GWYNETH, Moore. Promoção de Moda. São Paulo: Gustavo Gili, 2013</li> <li>• MCASSEY, Jacqueline; BUCKLEY, Clare; BANDARRA, Mariana; HEINZELMANN, Fernanda. Styling de moda. Porto Alegre: Bookman, 2013. 199 p. (Fundamentos de design de moda). ISBN 9788582600047.</li> <li>• POSNER, Harriet. Marketing da moda. São Paulo: Gustavo Gili, 2015. 240 p</li> <li>• FRINGS, Gini Stephens. Moda: do conceito ao consumidor. 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. xxiii, 472 p ISBN 9788540701779</li> <li>• TREPTOW, Doris Elisa. Inventando moda: planejamento de coleção. 5. ed. São Paulo: Do autor, 2013. 207 p. ISBN 9788590371823.</li> </ul>	
<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	

#### 6.4.4. 012.0004 – SAÚDE E SEGURANÇA NO TRABALHO – 12 HORAS

<b>OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:</b>	Desenvolver as capacidades básicas e socioemocionais necessárias à compreensão dos fundamentos da saúde e segurança do trabalho adequadas as diferentes situações profissionais.
--	--

CAPACIDADES BÁSICAS	CONHECIMENTOS
Reconhecer os princípios, normas, legislação e procedimentos de saúde, segurança nos processos industriais.	<b>SEGURANÇA DO TRABALHO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Histórico da Segurança do Trabalho no Brasil</li> <li>• Hierarquia das leis</li> <li>• Normas Regulamentadoras do Ministério do Trabalho</li> <li>• CIPA</li> <li>• Definição</li> <li>• Objetivo</li> <li>• SESMT</li> <li>• Definição</li> <li>• Objetivo</li> </ul>
Reconhecer os tipos de riscos inerentes às atividades laborais nos processos industriais.	<b>RISCOS OCUPACIONAIS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perigo e risco</li> <li>• Classificação de Riscos Ocupacionais</li> <li>• Físicos</li> <li>• Químicos</li> <li>• Biológicos</li> <li>• Ergonômicos</li> <li>• de Acidentes</li> <li>• Mapa de Riscos</li> <li>• Medidas de Controle</li> <li>• Importância dos Equipamentos de Proteção Individual (EPI) e Coletiva (EPC)</li> </ul>
Reconhecer os conceitos, classificação e impactos de acidentes e doenças ocupacionais na indústria.	
Reconhecer o papel do trabalhador no cumprimento das normas de saúde e segurança.	
Reconhecer as medidas preventivas e corretivas nas atividades laborais.	<b>ACIDENTES DO TRABALHO E DOENÇAS OCUPACIONAIS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição</li> <li>• Tipos</li> <li>• Causa</li> <li>• Imprudência, imperícia e negligência</li> <li>• Fator humano e pessoal na prevenção de acidentes</li> </ul>

	<p>Consequências dos acidentes do trabalho</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para o trabalhador</li> <li>• Para a família</li> <li>• Para a empresa</li> <li>• Para o país</li> </ul> <p>CAT</p>
<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>
Aceitar valores éticos estabelecidos pela instituição para o desenvolvimento de sua atividade profissional.	<p>CÓDIGO DE ÉTICA PROFISSIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicação profissional</li> <li>• Postura profissional</li> </ul> <p>O IMPACTO DA FALTA DE ÉTICA NOS AMBIENTES DE TRABALHO</p>

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

CAMISASSA, Mara Queiroga - Segurança e Saúde no Trabalho - NRs 1 a 37 Comentadas e Descomplicadas- Editora método- 7ª edição-2020.

NUNES, Flávio de Oliveira- Segurança e Saúde no Trabalho- Editora Método- 2ª Edição- 2014.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

•

•

## 6.4.5. 016.0001 – INTRODUÇÃO A QUALIDADE E PRODUTIVIDADE – 16 HORAS

<b>OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:</b>	Desenvolver capacidades básicas e socioemocionais relativas à qualidade nas diferentes situações que podem ser enfrentadas pelos profissionais, identificando ferramentas da qualidade na aplicabilidade para melhorias e solução de problemas.
--	---

CAPACIDADES BÁSICAS	CONHECIMENTOS
Reconhecer os fundamentos da qualidade nos processos industriais.	<p>QUALIDADE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição</li> <li>• Evolução da qualidade</li> <li>• Princípios da gestão da qualidade</li> <li>• Foco no cliente</li> <li>• Liderança</li> <li>• Engajamento das pessoas</li> <li>• Abordagem de processos</li> <li>• Tomada de decisão baseado em evidências</li> <li>• Melhoria</li> <li>• Gestão de relacionamentos</li> </ul>
Identificar as ferramentas da qualidade aplicadas nos processos industriais.	<p>MÉTODOS E FERRAMENTAS DA QUALIDADE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição e Aplicabilidade</li> <li>• PDCA</li> <li>• MASP</li> <li>• Histograma</li> <li>• Brainstorming</li> <li>• Fluxograma de processos</li> <li>• Diagrama de Pareto</li> <li>• Diagrama de Ishikawa</li> <li>• CEP</li> <li>• 5W2H</li> <li>• Folha de verificação</li> <li>• Diagrama de dispersão</li> </ul> <p>FERRAMENTAS LEAN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagrama espaguete</li> <li>• Cronoanálise</li> <li>• Takt-time</li> <li>• Cadeia de valores</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mapa de fluxo de valor</li> <li>• Visão Sistêmica</li> <li>• Conceito</li> <li>• Microcosmo e macrocosmo</li> <li>• Pensamento sistêmico</li> <li>• Estrutura organizacional</li> <li>• Formal e informal</li> <li>• Funções e responsabilidades</li> <li>• Organização das funções, informações e recursos</li> <li>• Sistema de Comunicação</li> </ul>
Reconhecer as etapas da filosofia Lean para otimização de custos e redução do tempo e dos desperdícios de uma empresa.	<p>FILOSOFIA LEAN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição e importância</li> <li>• Mindset</li> <li>• Pilares</li> <li>• Etapas</li> <li>• Preparação</li> <li>• Coleta</li> <li>• Intervenção</li> <li>• Monitoramento</li> <li>• Encerramento</li> </ul>
<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>
Comprometer-se com o engajamento e à cooperação nas relações de trabalho pela prática da amabilidade nas relações profissionais.	<p>VISÃO SISTÊMICA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceito</li> <li>• Microcosmo e macrocosmo</li> <li>• Pensamento sistêmico</li> </ul> <p>ESTRUTURA ORGANIZACIONAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formal e informal</li> <li>• Funções e responsabilidades</li> <li>• Organização das funções, informações e recursos</li> <li>• Sistema de Comunicação</li> </ul>
Perceber que, em seu ambiente de trabalho e âmbitos de convívio, existem diferentes hierarquias (instituídas ou natas), instâncias de decisão e níveis de autonomia em relação a ações, circunstâncias e propósitos.	
Acolher novos fatos, ideias e opiniões diferentes como oportunidades e possibilidades de mudanças positivas e inovadoras nas atividades de sua responsabilidade.	
Analisar as complexidades e dificuldades existentes em problemas, necessidades e oportunidades de melhoria em seu campo de trabalho, considerando suas diferentes variáveis e interfaces.	

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- SHIGUNOV Neto, Alexandre, Campos, Leticia Mirella Fischer. Introdução à Gestão da Qualidade e Produtividade, 1º Edição, Editora InterSaberes, 2016.

- 

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- CODELO, Nascimento. Indicadores de Sustentabilidade nos Processos Industriais, Editora SENAI, 2022.

-

## 6.4.6. 024.0003 – INTRODUÇÃO A INDÚSTRIA 4.0 – 24 HORAS

<b>OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:</b>	Propiciar o desenvolvimento das capacidades básicas e socioemocionais requeridas para compreender as aplicações das tecnologias habilitadoras para a indústria 4.0 e inserir-se em um contexto de inovação.
--	---

CAPACIDADES BÁSICAS	CONHECIMENTOS
Reconhecer os marcos que alavancaram as revoluções industriais e seus impactos nas atividades de produção e no desenvolvimento do indivíduo.	<b>HISTÓRICO DA EVOLUÇÃO INDUSTRIAL</b> 1ª Revolução Industrial <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mecanização dos processos</li> </ul> 2ª Revolução Industrial <ul style="list-style-type: none"> <li>• A eletricidade</li> <li>• O petróleo</li> </ul> 3ª Revolução Industrial <ul style="list-style-type: none"> <li>• A energia nuclear</li> <li>• A automação</li> </ul> 4ª Revolução Industrial <ul style="list-style-type: none"> <li>• A digitalização das informações</li> <li>• A utilização dos dados</li> </ul>
Reconhecer as tecnologias habilitadoras para indústria 4.0	<b>TECNOLOGIAS HABILITADORAS</b> Definições e aplicações <ul style="list-style-type: none"> <li>• Big Data</li> <li>• Robótica Avançada</li> <li>• Segurança Digital</li> <li>• Internet das Coisas (IoT)</li> <li>• Computação em Nuvem</li> <li>• Manufatura Aditiva</li> <li>• Manufatura Digital</li> </ul>
Correlacionar cada tecnologia habilitadora com impacto gerado em sua aplicação, em um contexto real ou simulado.	
Compreender a inovação como ferramenta de melhoria nos processos de trabalho e resolução de problemas.	<b>INOVAÇÃO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição e características</li> <li>• Inovação x Invenção</li> <li>• Importância</li> <li>• Tipos</li> <li>• Incremental</li> <li>• Disruptiva</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impactos</li> <li>• Raciocínio Lógico</li> <li>• Dedução</li> <li>• Indução</li> <li>• Abdução</li> </ul>
<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>
Comprometer-se com o engajamento e à cooperação nas relações de trabalho pela prática da amabilidade nas relações profissionais.	<p>COMPORTAMENTO INOVADOR</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Postura Investigativa</li> <li>• Mentalidade de Crescimento (Growth Mindset)</li> <li>• Curiosidade</li> <li>• Motivação Pessoal</li> </ul> <p>VISÃO SISTÊMICA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementos da organização</li> <li>• Articulação entre elementos da organização</li> <li>• Pensamento sistêmico</li> </ul>
Perceber que, em seu ambiente de trabalho e âmbitos de convívio, existem diferentes hierarquias (instituídas ou natas), instâncias de decisão e níveis de autonomia em relação a ações, circunstâncias e propósitos.	
Acolher novos fatos, ideias e opiniões diferentes como oportunidades e possibilidades de mudanças positivas e inovadoras nas atividades de sua responsabilidade.	
Analisar as complexidades e dificuldades existentes em problemas, necessidades e oportunidades de melhoria em seu campo de trabalho, considerando suas diferentes variáveis e interfaces.	

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- ALMEIDA, Paulo Samuel. Indústria 4.0: Impactos sociais e profissionais. 1ª edição. ed. [S. l.]: Blucher, 2020. 138 p

- 

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- 

-

### 6.4.7. 012.0003 – INTRODUÇÃO AO DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS – 12 HORAS

<b>OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:</b>	Desenvolver as capacidades básicas e socioemocionais para resolução de problemas por meio da elaboração de projetos	
<b>CAPACIDADES BÁSICAS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>	
Reconhecer as diferentes fases pertinentes à elaboração de um projeto.	Projetos <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição; Tipos; Características; Fases.</li> <li>• Concepção (ideação, Pesquisa de anterioridade e Registros e patentes).</li> <li>• Fundamentação; Planejamento; Viabilidade; Execução; Resultados.</li> <li>• Apresentação.</li> <li>• Normas técnicas relacionadas a projetos.</li> </ul>	
Reconhecer diferentes métodos aplicados ao desenvolvimento do projeto.	Métodos de Desenvolvimento de projeto <ul style="list-style-type: none"> <li>• Método indutivo.</li> <li>• Método dedutivo.</li> </ul>	
Reconhecer os padrões de estrutura estabelecidos para a elaboração de projetos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método hipotético-dedutivo.</li> <li>• Método dialético.</li> </ul>	
<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>	
Comprometer-se com o engajamento e à cooperação nas relações de trabalho pela prática da amabilidade nas relações profissionais.		
Perceber que, em seu ambiente de trabalho e âmbitos de convívio, existem diferentes hierarquias (instituídas ou natas), instâncias de decisão e níveis de autonomia em relação a ações, circunstâncias e propósitos.	Formulação de hipóteses e perguntas Argumentação. Colaboração.	
Acolher novos fatos, ideias e opiniões diferentes como oportunidades e possibilidades de mudanças positivas e inovadoras nas atividades de sua responsabilidade.	Comunicação. Postura Investigativa.	
Analisar as complexidades e dificuldades existentes em problemas, necessidades e oportunidades de melhoria em seu campo de trabalho, considerando suas diferentes variáveis e interfaces.		

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- PORTNY, E. Stanley. Gerenciamento de projetos para leigos, 5ª Edição, Editora AtlaBooks, 2019.
- 

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- MONTES, Eduardo, PMP. Introdução ao Gerenciamento de Projetos, Editora Createspace Independent Publishing Platform, 2017.
-

#### 6.4.8. 070.0003 – PESQUISA APLICADA À PRODUÇÃO DE MODA – 70 HORAS

**OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:**

Desenvolver capacidades técnicas e socioemocionais relativas às pesquisas de tendências, comportamento, consumo e mercado de moda, considerando as fontes, métodos e técnicas de pesquisa, de acordo com princípios de sustentabilidade, éticos, de inclusão e diversidade.

CAPACIDADES TÉCNICAS	CONHECIMENTOS
<p>Selecionar ferramentas e fontes adequadas à coleta de informações para pesquisa de mercado, comportamento, consumo e tendências de moda.</p>	<p>Pesquisa de Mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição</li> <li>• Objetivos</li> <li>• Segmentos de mercado</li> <li>• Nichos de mercado</li> <li>• Identidade da marca</li> <li>• Marketing de moda</li> <li>• Mix de produtos</li> <li>• Coleções de Moda</li> <li>• Cores</li> <li>• Tecidos</li> <li>• Aviamentos</li> <li>• Formas</li> <li>• Elementos de estilo</li> </ul>
<p>Empregar métodos e técnicas aplicadas à pesquisa de mercado, comportamento, consumo e tendências de moda</p>	<p>Pesquisa de Comportamento e Consumo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição</li> <li>• Objetivos</li> <li>• Público-alvo</li> <li>• Núcleos geracionais</li> <li>• Comportamento de consumo</li> </ul>
<p>Reconhecer as características físicas, sociais e de estilos do público-alvo em função da pesquisa de mercado, comportamento, consumo e tendências de moda</p>	<p>Pesquisa de Tendências</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Os movimentos da moda</li> <li>• Trickle Down</li> <li>• Tricle Up</li> <li>• Trickle Across</li> <li>• Cronograma das temporadas</li> <li>• Hemisfério norte</li> <li>• Hemisfério sul</li> <li>• Locais de Pesquisa</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Feiras</li> <li>• Desfiles</li> <li>• Street Style</li> <li>• Varejo</li> <li>• Macrotendências</li> <li>• Microtendências</li> <li>• Cores</li> <li>• Materiais</li> <li>• Estampas</li> <li>• Formas, silhuetas e detalhes</li> </ul>
Empregar técnicas de registros dos dados das pesquisas de mercado, comportamento, consumo e tendências de moda para aplicação nos projetos de produção de moda	<p>Metodologia de Pesquisa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fontes de Pesquisa</li> <li>• Primárias</li> <li>• Secundárias</li> <li>• Abordagem</li> <li>• Qualitativa</li> <li>• Quantitativa</li> <li>• Métodos e técnicas</li> <li>• Questionário</li> <li>• Entrevista</li> <li>• Pesquisa de Campo</li> <li>• Observação</li> <li>• Netnografia</li> <li>• Etnografia</li> <li>• Estudo de caso</li> <li>• Benchmarking</li> <li>• Pesquisa imersiva</li> <li>• Grupo focal</li> <li>• Cliente oculto</li> <li>• Registros e apresentação</li> <li>• Painel de inspiração, temático ou conceitual</li> <li>• Relatório</li> </ul>
<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>
Comprometer-se com comportamentos que se fundamentam em princípios éticos, morais e códigos de conduta estabelecidos.	<p>RESPEITO ÀS INDIVIDUALIDADES PESSOAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociodiversidade e multiculturalismo</li> </ul>

Analisar criticamente novos fatos, ideias e opiniões diferentes, considerando sua validade, viabilidade e aplicabilidade às atividades de sua responsabilidade.

Respeitar ideias e sugestões apresentadas que tenham por objetivo a solução de problemas ou o atendimento de necessidades observadas em seu contexto de trabalho.

- Ética e cidadania
- Relações de gênero e étnico-raciais  
CONSTRUÇÃO DE MUDANÇAS POSITIVAS E INOVADORAS
- Identificação de oportunidades de melhoria
- Análise de compatibilidade de oportunidades de melhorias com normas, procedimentos e diretrizes organizacionais
- Análises de validade, viabilidade e aplicabilidade de novas soluções  
FORMULAÇÃO DE HIPÓTESES E PERGUNTAS
- Argumentação
- Colaboração
- Comunicação
- 

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- TREPTOW, Doris Elisa. Inventando moda: planejamento de coleção. 5. ed. São Paulo: Do autor, 2013. 207 p.
- SEIVEWRIGHT, Simon; FUMANKIEWICZ, Edson. Pesquisa e design. Porto Alegre: Bookman, 2009. 175 p.
- MCASSEY, Jacqueline; BUCKLEY, Clare; BANDARRA, Mariana; HEINZELMANN, Fernanda. Styling de moda. Porto Alegre: Bookman, 2013. 199 p
- MORACE, Francesco; BAGGIO, Adriana Tulio. Consumo autoral: Os novos núcleos geracionais. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018. 247 p. ISBN 9788568552636
- FAÇANHA, Astrid; MESQUITA, Cristiane; CASTILHO, Kathia. Styling e criação de imagem de moda. 3ª ed. São Paulo: SENAC, 2022. 344 p.
- POSNER, Harriet. Marketing da moda. São Paulo: Gustavo Gili, 2015. 240 p.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- Acesso à plataforma de tendências de moda Start WGSN
- Revistas, Publicações e Aplicativos

#### 6.4.9. 008.0003 – SUSTENTABILIDADE NOS PROCESSOS INDUSTRIAIS – 08 HORAS

<b>OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:</b>	Desenvolver capacidades básicas e socioemocionais inerentes às ações de prevenção com foco na eliminação ou redução do consumo de recursos naturais e geração de resíduos (sólido, líquido e gasoso) com ações de redução na fonte.
--	---

CAPACIDADES BÁSICAS	CONHECIMENTOS
Reconhecer alternativas de prevenção da poluição decorrentes dos processos industriais	Desenvolvimento Sustentável <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meio Ambiente.</li> <li>• Definição; Relação entre Homem e o meio ambiente.</li> <li>• Recursos Naturais.</li> <li>• Definição; Renováveis; não renováveis.</li> <li>• Sustentabilidade</li> <li>• Definição; Pilares; Políticas e Programas.</li> <li>• Produção e consumo inteligente.</li> <li>• Uso racional de recursos e fontes de energia.</li> </ul>
Reconhecer as fases do ciclo de vida de um produto nos processos industriais	Alternativas para prevenção da poluição <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciclo de Vida (Definição e Fases).</li> <li>• Logística Reversa (Definição e Objetivo).</li> <li>• Produção mais limpa (Definição e Fases).</li> <li>• Economia Circular (Definição e Princípios).</li> </ul>
Reconhecer os fundamentos da logística reversa aplicados ao ciclo de vida do produto	
Reconhecer os programas de sustentabilidade aplicados aos processos industriais	
Reconhecer os princípios da economia circular nos processos industriais	
Reconhecer a destinação dos resíduos dos processos industriais em função de sua caracterização	Poluição Industrial <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição.</li> <li>• Resíduos Industriais: Caracterização; Classificação; Destinação.</li> <li>• Ações de prevenção da Poluição Industrial</li> <li>• Redução.</li> <li>• Reciclagem.</li> <li>• Reuso.</li> <li>• Tratamento.</li> <li>• Disposição.</li> </ul>
CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS	CONHECIMENTOS
Respeitar diretrizes, normas e procedimentos que orientam a realização de atividades profissionais, considerando os princípios da organização, disciplina, responsabilidade, concentração e gestão do tempo, de forma a contribuir com o alcance de objetivos e metas estabelecidas.	ORGANIZAÇÃO DE AMBIENTES DE TRABALHO <ul style="list-style-type: none"> <li>• Princípios de organização.</li> <li>• Organização de ferramentas e instrumentos: formas, importância.</li> <li>• Organização do espaço de trabalho.</li> </ul>

- Conceitos de organização e disciplina no trabalho: tempo, compromisso e atividades.  
ORGANIZAÇÃO DO ESPAÇO DE TRABALHO
- Conceitos de organização e disciplina no trabalho
- Tempo
- Compromisso
- Atividades
- 

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- PADILHA, Maria Luiza de Moraes Leonel. Nascimento, Fernando Codelo. Indicadores de sustentabilidade nos processos industriais. Editora - Senai-SP. 1ª edição, 31 dezembro 2015.
- ALVES, Ricardo Ribeiro- Sustentabilidade empresarial e mercado verde: A transformação do mundo em que vivemos. Editora Vozes. 1ª edição. 30 janeiro 2019.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- 
-

## 6.4.10. 016.0003 – CRIATIVIDADE E IDEAÇÃO EM PROJETOS DE INOVAÇÃO – 16 HORAS

### OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:

Desenvolver as capacidades técnicas e socioemocionais que se aplicam à elaboração de propostas de projetos de inovação e ao estudo de sua viabilidade técnica e financeira, considerando demandas da indústria e oportunidades observadas em sua área de formação.

CAPACIDADES TÉCNICA	CONHECIMENTOS
<p>Analisar as características e transformações que têm impactado mais significativamente, no passado recente e no presente, a área ou segmento tecnológico de seu perfil profissional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Área e Segmento Tecnológico de Interesse alinhado ao perfil profissional</li> <li>• Características</li> <li>• Transformações históricas e recentes.</li> <li>• Tendências futuras</li> <li>• Aspectos técnicos e tecnológicos</li> <li>• Aspectos sociais</li> <li>• Aspectos econômicos</li> <li>• Aspectos políticos</li> <li>• Aspectos ambientais</li> <li>• Necessidades, gargalos, oportunidades, riscos e desafios contemporâneos da área/segmento.</li> <li>• Oportunidades de inovação na área ou segmento tecnológico</li> <li>• Pesquisas bibliográficas</li> <li>• Pesquisas de campo</li> <li>• Identificação e delimitação do tema e do problema a ser investigado.</li> <li>• Pesquisa de anterioridade</li> <li>• Metodologias e ferramentas de pesquisa bibliográficas e de campo</li> <li>• Para a coleta de dados e informações;</li> <li>• Para a sistematização de dados e informações;</li> <li>• Para análise de dados e informações.</li> <li>• Ferramentas de ideação para a criação, elaboração e construção de soluções inovadoras:</li> <li>• Tipos de ferramentas de ideação:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mapa de empatia</li> <li>• Triz de ideias</li> <li>• Crazy 8</li> <li>• Funil de ideias</li> <li>• Matriz de alinhamento</li> <li>• Como poderíamos?</li> </ul> </li> </ul>
<p>Identificar tendências futuras da área ou segmento tecnológico de que trata o perfil profissional, considerando aspectos técnicos, sociais, econômicos, políticos e ambientais.</p>	
<p>Definir o problema a ser investigado e sua delimitação a partir dos resultados dos seus estudos pregressos e de prospecção da área, segmento tecnológico ou segmento da sociedade de que trata o perfil profissional.</p>	
<p>Realizar pesquisa de campo com representantes das empresas e/ou da sociedade para a identificação de necessidades, gargalos, oportunidades, riscos e desafios para investigação e aprofundamento.</p>	
<p>Realizar pesquisas bibliográficas, buscando a identificação de necessidades, oportunidades, gargalos, riscos e desafios enfrentados pelas empresas e/ou pela sociedade.</p>	

- Benchmarking
- Brainstorming/Mural de possibilidades
- Matriz de prioridades
- Outras ferramentas
- Características
- Funções
- Requisitos de aplicação
- Sessões de ideação colaborativa
- Plano de desenvolvimento do Projeto da Solução Inovadora
- Previsão e delimitação de resultados parciais esperados
- Definição de resultado final do projeto
- Características, funções e necessidades para o desenvolvimento do projeto (produto, serviço ou resultado esperado).
- Plano inicial de gerenciamento do projeto
- Necessidades dos interessados (stakeholders)
- Cronograma
- Escopo do projeto
- Restrições
- Aquisições
- Recursos envolvidos
- Plano de risco e perdas do projeto
- Ferramentas para a estruturação e sistematização de informações do projeto:
  - Metodologias para a elaboração do projeto;
  - Tipos de ferramentas:
    - Formulários
    - Ferramentas de apresentação
    - Planilhas de acompanhamento
    - Painéis
    - Ferramentas físicas e digitais de gestão
  - Documentação para o início do desenvolvimento do projeto.
  - Requisitos da exequibilidade do projeto
  - Normas técnicas aplicáveis ao projeto;
  - Resoluções
  - Regulamentações
- Quanto à viabilidade

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quanto às restrições</li> <li>• Quanto às condições técnicas, financeiras, ambientais e de segurança.</li> <li>• Documentação para o desenvolvimento do projeto:</li> <li>• Resumos executivos</li> <li>• Relatórios</li> <li>• Identificação de problemas e necessidades no trabalho</li> </ul>
<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>
Identificar necessidades, problemas ou oportunidades de melhorias em seu campo de trabalho.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificação de problemas e necessidades no trabalho</li> </ul>
Motivar a equipe de trabalho para que se envolva, pela apresentação e ideias e propostas, com a resolução de problemas, o atendimento de necessidades e/ou a implementação de melhorias em seu campo de trabalho.	
Aderir a propostas ou ideias viáveis e factíveis que visem à melhoria de processos, à resolução de problemas ou ao atendimento de necessidades identificadas em seu contexto de trabalho.	

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- OSTROWER, Fayga. Criatividade e processos de criação, 30ª edição. Editora Vozes.2014.
- 

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- MONTENEGRO, Gildo A. A Invenção do Projeto: a Criatividade Aplicada em Desenho Industrial, Arquitetura, Comunicação Visual, 1ª edição. Editora Blucher. 1987.
- Normas, procedimentos e referencias legais da área ocupacional

## 6.4.11. 016.0004 – MODELAGEM DE PROJETOS DE INOVAÇÃO – 16 HORAS

### OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:

Propiciar o desenvolvimento das capacidades técnicas e socioemocionais requeridas para a elaboração de propostas de valor e modelos de negócios de inovação pela utilização de metodologias e ferramentas do Design Thinking e Métodos Ágeis.

CAPACIDADES BÁSICAS	CONHECIMENTOS
<p>Identificar os recursos humanos, estruturais e materiais necessários para o desenvolvimento do produto, serviço ou resultado esperado para o problema em questão.</p> <p>Reconhecer as ferramentas e tecnologias e sua aplicação à captura (sites de busca) e ao processamento de dados técnicos, tecnológicos e econômicos (planilhas eletrônicas) que poderão contribuir para a tomada de decisões quanto à viabilidade financeira do projeto.</p> <p>Definir os pilares do modelo de negócio para as diferentes propostas de valor do projeto a ser desenvolvido.</p>	<p>Recursos demandados pelo projeto</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Previsão de soluções tecnológicas</li> <li>• Relação custo x benefício</li> <li>• Necessidades de recursos materiais</li> <li>• Necessidades de recursos estruturais</li> <li>• Necessidades de recursos humanos</li> <li>• Necessidades de recursos financeiros</li> </ul> <p>Estudos de viabilidade Técnica e Financeira</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferramentas e Tecnologias aplicadas à captura, estruturação e à sistematização de dados para estudos de Viabilidade Técnica e Financeira;</li> <li>• Sites de busca;</li> <li>• Planilhas eletrônicas.</li> <li>• Sistematização de dados e informações técnicas, econômicas e financeiras.</li> <li>• Documentação técnica de estudos de viabilidade técnica e financeira.</li> <li>• Órgãos de fomento e financiamento;</li> <li>• Parcerias.</li> <li>• Necessidades de investimentos</li> <li>• Critérios para a tomada de decisão</li> </ul> <p>Proposta de valor e modelo de negócios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bases conceituais</li> <li>• Descrição dos pilares da proposta de valor e modelo de negócios.</li> <li>• Considerando concorrentes</li> <li>• Considerando benefícios do produto/serviço</li> <li>• Considerando a linguagem para a comunicação do projeto (marketing)</li> <li>• Clareza</li> <li>• Linguagem</li> <li>• Transparência</li> <li>• Ética</li> <li>• Legalidade</li> </ul>
<p>Realizar simulações e a representação gráfica da construção da proposta de valor e do modelo de negócios do projeto de inovação pela aplicação de metodologias e ferramentas que considerem o tipo e as características do projeto, o ponto de vista, expectativas e necessidades do cliente e, também, os ganhos proporcionados pela solução.</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Referenciais e aspectos indispensáveis à construção de propostas de valor e do modelo de negócios</li> <li>• Metodologias e ferramentas aplicadas à construção de propostas de valor e modelo de negócios: tipos, características e aplicação na construção de proposta de valor.</li> <li>• Ferramentas do Design Thinking e Métodos Ágeis: Project Model Canvas; Business Model Canvas, Canvas da Proposta de Valor;</li> <li>• Documentos da proposta de valor e modelo de negócios</li> <li>• Resumos executivos</li> <li>• Relatórios</li> <li>• Apresentações</li> <li>• Vídeos</li> <li>• Simulação e representação gráfica da construção de proposta de valor e modelo de negócios.</li> <li>• Resolução de problemas</li> <li>• Acolhimento de indicações e sugestões</li> <li>• Proposição de hipóteses</li> <li>• Testagem de hipóteses</li> <li>• Validação de resultados</li> </ul>
--	---

	•
--	---

<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>
------------------------------------	----------------------

Identificar necessidades, problemas ou oportunidades de melhorias em seu campo de trabalho.	<p style="text-align: center;"><b>RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acolhimento de indicações e sugestões</li> <li>• Proposição de hipóteses</li> <li>• Testagem de hipóteses</li> <li>• Validação de resultados</li> </ul>
Aderir a propostas ou ideias viáveis e factíveis que visem à melhoria de processos, à resolução de problemas ou ao atendimento de necessidades identificadas em seu contexto de trabalho.	
Motivar a equipe de trabalho para que se envolva, pela apresentação e ideias e propostas, com a resolução de problemas, o atendimento de necessidades e/ou a implementação de melhorias em seu campo de trabalho.	

<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>
----------------------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>• CHERQUES, Thiry. Modelagem de Projetos. 2ª Edição. Editora Atlas. 2004.</li> <li>•</li> </ul>
--

<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</b>
----------------------------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>• CREDER, Hélio. Instalações Elétricas, 2021, Editora LTC.</li> <li>•</li> </ul>
---

## 6.4.12. 020.0013 – IMPLEMENTAÇÃO DE NEGÓCIOS INOVADORES – 20 HORAS

<b>OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:</b>	Habilitar o aluno, pelo desenvolvimento de capacidades técnicas e socioemocionais, para a elaboração de estratégias que se aplicam à gestão de negócios de inovação relacionados à sua área de formação e para apresentar publicamente os resultados das diferentes etapas de desenvolvimento de seu projeto.
--	---

CAPACIDADES TÉCNICAS	CONHECIMENTOS
Analisar o contexto que estará envolvido na implementação do negócio, considerando sua abrangência, complexidade, possibilidades e restrições.	Estratégias de gestão para negócio inovador
Identificar os riscos inerentes à implementação do negócio inovador.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análise de contexto do negócio – estudos quantitativos e qualitativos</li> <li>• Abrangência</li> <li>• Complexidade</li> <li>• Possibilidades</li> <li>• Restrições</li> </ul>
Definir as etapas para a implementação do negócio inovador, considerando tempo, entregas e recursos financeiros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riscos da implementação do negócio</li> <li>• Necessidades de recursos humanos, tecnológicos, financeiros e de infraestrutura;</li> </ul>
Selecionar as ferramentas de gestão que melhor atendem o monitoramento e o controle dos indicadores que se aplicam ao planejamento, à produção e à comercialização do produto/serviço.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição de cronogramas</li> <li>• Etapas para a implementação do projeto</li> <li>• Dimensionamento do tempo</li> <li>• Dimensionamento da distribuição financeira</li> <li>• Definição de entregas.</li> <li>• Metodologias para a diminuição/eliminação de desperdícios</li> <li>• Fluxo operacional de execução do projeto;</li> <li>• Monitoramento e controle de indicadores:</li> </ul>
Realizar estudos quantitativos e qualitativos do contexto a ser considerado na implementação do negócio inovador, identificando possibilidades, readequações e restrições.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Do planejamento;</li> <li>• Da produção;</li> <li>• Da comercialização.</li> </ul>
Estruturar o cronograma para a implementação do negócio inovador, considerando etapas, tempo, entregas, recursos financeiros e riscos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferramentas de gestão de negócios.</li> </ul>
Dimensionar as necessidades de recursos humanos, tecnológicos, financeiros e de infraestrutura para a implementação do negócio inovador.	Entrega Final
Produzir a documentação demandada para a implementação do negócio inovador, considerando as necessidades de recursos humanos, tecnológicos, financeiros e de infraestrutura.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Detalhamento da solução</li> <li>• Modelo de negócio</li> <li>• Protótipo</li> <li>• Plano de Marketing</li> <li>• Estratégias de Gestão</li> <li>• Vídeo Pitch</li> </ul>
Definir o fluxo operacional de execução do projeto (processo produtivo ou do serviço, conforme o caso), assegurando a diminuição e/ou a eliminação de desperdícios e perdas.	Estratégias de venda de produtos e/ou serviços:
Definir o público-alvo a partir das características e aplicações do produto ou serviço.	
Analisar a proposta de valor elaborada e o modelo de negócios à luz dos resultados dos estudos e análises do público-alvo.	
Definir estratégias de venda para o produto/serviço a partir das referências estabelecidas na proposta elaborada.	
Realizar a estruturação e a sistematização do plano de vendas pela utilização de ferramentas e canais que se aplicam à ação.	
Desenvolver estratégias de marketing alinhadas ao perfil do público alvo e características do produto/serviço.	

- Mapeamento do público-alvo:
- Considerando as características e aplicação do produto/serviço;
- Considerando o perfil e as características de comportamento do público-alvo: percepções, hábitos de consumo, valores, tendências e necessidades.
- Estratégias de vendas:
- Ferramentas para a estruturação e a sistematização estratégias de vendas;
- Estruturação e sistematização da estratégia de vendas.
- Ações de marketing para projetos de inovação:
- Estratégias de Comunicação e Divulgação
- Elaboração de ações e estratégias de Divulgação
- Autoempreendedorismo
- Características empreendedoras
- Atitudes empreendedoras
- Processo empreendedor
- Persistência
- Comprometimento
- Persuasão e rede de contatos
- Independência e autoconfiança
- Cooperação como ferramenta de desenvolvimento
- Fatores do sucesso,
- Características do empreendedor
- Comportamento do empreendedor
- Perfil do empreendedor
- Autorresponsabilidade e empreendedorismo
- Valores do empreendedor
- Intraempreendedorismo

### CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS

### CONHECIMENTOS

Compreender que o trabalho colaborativo e de equipe pressupõe o engajamento e a cooperação de todos os seus integrantes, assim como exige o cumprimento de normas, regramentos, padrões e acordos estabelecidos.

#### AUTOEMPREENDEDORISMO

- Características empreendedoras
- Atitudes empreendedoras
- Processo empreendedor
- Autorresponsabilidade e empreendedorismo
- Valores do empreendedor
- Persistência
- Comprometimento
- Persuasão e rede de contatos

- Independência e autoconfiança
  - Cooperação como ferramenta de desenvolvimento
  - Fatores do sucesso
  - Características do empreendedor
  - Comportamento do empreendedor
- INTRAEMPREENDEDORISMO

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- RUFINO, Arthur. Inovação para não inovadores: Crie oportunidades rentáveis para o seu negócio e conquiste um posicionamento único no mercado. 1ª Edição, Editora Gente, 2021.

- 

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- NEGRÃO Bizzotto, Carlos Eduardo. Plano de Negócios para Empreendedores Inovadores. 1ª Edição, Editora Atlas, 2008.

-

### 6.4.13. 024.0002 – PROTOTIPAGEM DE NEGÓCIOS INOVADORES – 24 HORAS

**OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:**

Desenvolver capacidades técnicas relativas à manutenção, operação e o controle dos sistemas elétricos de potência, bem como capacidades sociais, organizativas e metodológicas, de acordo com a atuação do técnico no mundo do trabalho.

CAPACIDADES BÁSICAS	CONHECIMENTOS
Realizar manutenção, operação e controle dos sistemas elétricos de potência.	Protótipos para projetos de inovação Bases conceituais <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projetos educacionais</li> <li>• Projetos industriais</li> </ul> Tipos de protótipos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Protótipo ou modelagem virtual</li> <li>• Protótipo sujo</li> <li>• Protótipo funcional</li> <li>• MVP (Mínimo Produto Viável)</li> </ul> Testes de funcionalidades: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Métodos e Técnicas</li> <li>• Ferramentas Provas de conceito</li> <li>• Métodos e Técnicas</li> <li>• Ferramentas</li> <li>• Reavaliação da viabilidade do protótipo.</li> </ul> Documentação da prototipagem <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organização e sistematização de dados dos processos de prototipagem. Postura investigativa</li> <li>• Análise Crítica</li> <li>• Análise de Cenários</li> <li>• Identificação do problema</li> </ul>
Elaborar documentos técnicos (relatórios, estudos comparativos, ...) a partir dos resultados obtidos pelos protótipos desenvolvidos.	
Definir, quando for o caso, para fins de análise da viabilidade técnica, econômica e ambiental, a modelagem e a simulação virtual do projeto de inovação pela utilização dos recursos computacionais que se aplicam ao tipo de projeto.	
Analisar os resultados dos estudos de viabilidade técnica, econômica e ambiental do projeto de inovação à luz das referências legais e normativas e dos requisitos do demandante e/ou usuário.	
Realizar testes e/ou provas de conceito relacionados aos protótipos de baixa fidelidade, utilizando as técnicas e ferramentas definidas	
Definir os testes de funcionalidade da solução a partir das características, requisitos e objetivos estabelecidos para o projeto de inovação.	
Organizar fontes fornecedoras das tecnologias necessárias para o desenvolvimento dos protótipos	
Identificar as necessidades de tecnologias, componentes, estruturas e recursos humanos nas diferentes etapas da prototipagem do projeto de inovação.	
Realizar a prototipagem das soluções demandadas para o projeto de inovação a partir de especificações técnicas estabelecidas e dos recursos tecnológicos selecionados.	
Reconhecer os recursos tecnológicos empregados e respectivos custos, bem como os métodos, as técnicas e os requisitos que impactam a execução da prototipagem a ser realizada.	
Selecionar as técnicas de prototipagem em função do tipo e das características da solução de que trata o projeto de inovação.	
Elaborar a documentação técnica referente aos processos de prototipagem das soluções de inovação, considerando padrões e referências técnicas estabelecidas.	
Realizar a organização e a sistematização de dados referentes ao processo de prototipagem realizado, considerando padrões e referências técnicas estabelecidas.	
CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS	CONHECIMENTOS
Aderir a propostas ou ideias viáveis e factíveis que visem à melhoria de processos, à resolução de	POSTURA INVESTIGATIVA

problemas ou ao atendimento de necessidades identificadas em seu contexto de trabalho.

Motivar a equipe de trabalho para que se envolva, pela apresentação e ideias e propostas, com a resolução de problemas, o atendimento de necessidades e/ou a implementação de melhorias em seu campo de trabalho.

Identificar necessidades, problemas ou oportunidades de melhorias em seu campo de trabalho.

- Análise Crítica
- Análise de Cenários
- Identificação do problema

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- STATI, Cesar e Dias da Silva, Jéssica Laisa. Prototipagem e Testes de Usabilidade, 1ª Edição, Editora Intersaberes, 2022.

- 

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- LUA, Nina e Sutherland, J.J. Scrum: Guia prático: Maior produtividade. Melhores resultados. Aplicação imediata, 1ª Edição, Editora Sextante, 2020.

-

#### 6.4.14. 160.0022 – PROJETOS DE EXPOSIÇÃO DE PRODUTOS – 160 HORAS

<b>OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:</b>	Desenvolver capacidades técnicas relativas ao planejamento e desenvolvimento de exposição de produtos, considerando os conceitos de visual merchandising e os diferentes segmentos do mercado de moda, de acordo com padrões de qualidade e sustentabilidade da empresa, princípios éticos, de inclusão e de diversidade, normas técnicas e regulamentadoras aplicáveis à ocupação.
--	---

CAPACIDADES TÉCNICAS	CONHECIMENTOS
Interpretar dados e informações técnicas referentes ao público-alvo, a marca e tema para desenvolvimento do projeto de exposição de produtos de moda	<b>VISUAL MERCHANDISING</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição</li> <li>• Ponto de Venda (PDV)</li> <li>• Definição</li> <li>• Mobiliário, expositores, suportes e displays</li> <li>• Planograma</li> <li>• Layout</li> <li>• Experiência de Compra</li> <li>• Vitrine</li> <li>• Conceitos</li> <li>• História</li> <li>• Tipos</li> <li>• Mobiliário, expositores e suporte</li> <li>• Técnicas de Composição</li> <li>• Temas visuais</li> <li>• Calendário de Lançamento</li> </ul> <b>GOVERNANÇA, GESTÃO AMBIENTAL E SOCIAL (ESG) PARA PROJETOS DE EXPOSIÇÃO DE PRODUTOS DE MODA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alinhamento estratégico</li> <li>• Engajamento dos clientes</li> <li>• Inovação e criatividade</li> <li>• Eficiência e eficácia</li> <li>• Responsabilidade ambiental</li> <li>• Responsabilidade social</li> <li>• Ética e Transparência</li> </ul> <b>NORMAS TÉCNICAS E LEGISLAÇÕES APLICÁVEIS AO PROJETO DE EXPOSIÇÃO DE PRODUTOS (FÍSICO E/OU DIGITAL)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Direitos Autorais</li> <li>• Imagem</li> </ul>
Interpretar dados e informações técnicas referentes ao conceito da coleção e da marca para desenvolvimento do projeto de exposição de produtos de moda	
Interpretar dados e informações técnicas referentes a custos, prazos, recursos e canais de comunicação para desenvolvimento do projeto de exposição de produtos de moda	
Empregar métodos e técnicas para registro de acompanhamento e validação, por meio manual ou digital, do projeto de exposição de produtos de moda	
Empregar técnicas e tecnologias para o desenvolvimento de projetos de exposição de produtos de moda em função das tendências e ferramentas físicas e digitais	
Interpretar normas técnicas e legislações aplicáveis aos ambientes físicos e digitais para o desenvolvimento do projeto de exposição de produtos de moda	
Reconhecer princípios éticos, direitos autorais, de uso de imagem e áudio aplicáveis aos ambientes físicos e digitais para o desenvolvimento do projeto de exposição de produtos de moda	
Aplicar técnicas e princípios de visual merchandising na elaboração de projetos de exposição de produtos de moda, em meio físico e digital	
Dimensionar os recursos humanos, físicos, tecnológicos e financeiros para realização do projeto de exposição de produtos tendo em vista o briefing	
Definir o layout do ambiente físico ou digital de exposição em função das características e os recursos disponíveis	
Interpretar as informações das pesquisas de referencia de moda, mercado e público alvo para elaboração do projeto de exposição de produtos de moda	
Aplicar os princípios de governança, gestão ambiental e social nos projetos de exposição de produtos de moda	
Reconhecer os índices e métricas da qualidade da empresa aplicáveis ao projeto de	

exposição de produtos de moda

Definir etapas do projeto de exposição de produtos de moda de acordo com os prazos estabelecidos

Definir fornecedores de recursos humanos, materiais e tecnologias de acordo com o briefing do projeto de exposição de produtos de moda

- Trilha sonora
- Propriedade intelectual
- Preços de Produtos e Serviços
- Qualidade de Serviço para Pequeno Comércio
- Código de Defesa do Consumidor
- Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)  
PROJETO DE EXPOSIÇÃO DE PRODUTO FÍSICO E/OU DIGITAL
- Tipos
- Stands
- Showroom E-commerce (still)
- Interpretação do Briefing
- Dados sobre a empresa
- Identidade da Marca
- Mercado de atuação
- Segmento de mercado
- Público-alvo
- Informações sobre o produto
- Objetivos do projeto de exposição
- Lojas (próprias e multimarcas)
- Redes sociais (flatlay) de produtos
- Orçamento disponível
- Cronograma
- Informações sobre recursos disponíveis  
Pesquisa imagética e/ou contextualizada aplicadas
- Ambiência
- Tema
- Tendências de moda
- Tendências de Visual Merchandising (VM)
- Benchmarking
- Criação e Desenvolvimento
- Conceito do projeto de exposição de produto
- Seleção dos produtos para exposição
- Seleção dos ambientes para exposição dos produtos (físico e/ou digital)
- Infraestrutura (cenário, locação, recursos materiais e serviços)
- Orçamento
- Cronograma
- Fluxograma

- Representação gráfica do projeto
- Justificativa do projeto de exposição de produtos
- Elaboração da apresentação e escopo do Projeto
- Criação
- Ajustes
- Aprovação
- Execução
- Preparação dos Produtos para exposição
- Compra de materiais e insumos
- Contratação de serviços
- Construção dos adereços
- Instalação dos adereços
- Exposição dos produtos
- Iluminação
- Limpeza
- Desmontagem
- Avaliação dos Resultados em Relação ao Briefing  
SOFTWARES Definição
- Aplicação
- Ferramentas
- ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PARA EXPOSIÇÃO DE PRODUTOS
- Planejamento de atividades
- Hierarquia de atividades
- Organização de atividades
- VETORIAIS E DE EDIÇÃO DE IMAGEM
- Controle de atividades
- AUTOGESTÃO
- Organização pessoal e profissional
- Disciplina no trabalho
- Responsabilidades individuais e coletivas
- Concentração no trabalho
- Capacidade de gestão do tempo

**CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS**

**CONHECIMENTOS**

Comprometer-se com a execução das atividades, considerando as diretrizes da organização, com autogestão e foco em resultados.

- AUTOGESTÃO
- Organização pessoal e profissional
  - Disciplina no trabalho

- Responsabilidades individuais e coletivas
- Concentração no trabalho
- Capacidade de gestão do tempo

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- LOURENÇO, Fátima; SAM, José Oliveira. Vitrina: Veículo de comunicação e venda. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2011
- MORGAN, Tony. Visual merchandising: vitrinas e interiores comerciais. 2. ed. São Paulo: GG, 2017. 224 p
- BAILEY, Sarah; BAKER, Jonathan; LONGARÇO, Márcia. Moda e visual merchandising. São Paulo: Gustavo Gili, 2014. 192p
- Jout Jout - MANDA VOCÊ PRA GRÁFICA, EU HEIN <https://www.youtube.com/watch?v=TrEPE2cJkvA> (para trabalhar autonomia)

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- 
-

#### 6.4.15. 080.0074 – COMPOSIÇÃO VISUAL E ESTILO I – 80 HORAS

<b>OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:</b>	Desenvolver capacidades técnicas e socioemocionais relativas à composição e consultoria de imagem e estilo de moda, considerando teoria das cores, conceitos de visagismo e características do cliente de acordo com princípios de sustentabilidade, éticos, de inclusão e de diversidade.
--	--

CAPACIDADES TÉCNICAS	CONHECIMENTOS
Interpretar as informações do briefing em função da criação do projeto de composição visual e de estilo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição</li> <li>• Identificação de elementos essenciais para construção do Briefing para Composição Visual e Estilo</li> </ul>
Interpretar os dados das pesquisas aplicadas para criação de projetos de composição visual e de estilo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• COMPOSIÇÃO VISUAL</li> <li>• Conceito</li> <li>• Beleza e Estilo</li> <li>• Visagismo</li> <li>• Definição</li> <li>• Aplicação</li> <li>• Maquiagem (Correção, Embelezamento, Conceitual, Contornos)</li> <li>• Rosto: formatos</li> <li>• Cor da pele</li> <li>• Cabelos: Tipos, formatos e cores</li> <li>• Sobrancelha</li> <li>• Proporções</li> <li>• PRINCÍPIOS ANTROPOMÉTRICOS</li> <li>• Definição</li> <li>• Biotipo</li> <li>• Ectomorfo</li> <li>• Mesomorfo</li> <li>• Endomorfo</li> <li>• LINGUAGEM VISUAL APLICADA À PERSONA</li> <li>• Harmonia</li> <li>• Elementos Visuais</li> <li>• TEORIA DAS CORES</li> <li>• Aspectos Psicológicos e Estéticos</li> <li>• Círculos cromáticos</li> <li>• Primárias, Secundárias e terciárias</li> <li>• Temperatura das cores: Frias, quentes e neutras</li> </ul>
<p>Definir etapas do projeto de composição visual e de estilo de acordo com os prazos estabelecidos</p> <p>Dimensionar os recursos humanos, físicos, tecnológicos e financeiros para realização do projeto de composição visual e de estilo, em função do briefing</p>	

- Harmonia Cromáticas
- Análoga
- Monocromática
- Complementares
- Triádica
- Complementares divididas
- Complementares Intercaladas
- Análoga relacionada
- Análoga e uma complementar
- Tetrádica
- Quadrado
- Características das Cores
- Matriz
- Saturação
- Luminosidade
- ESTILO
- Definição
- Silhueta
- Peças do Vestuário
- Enobrecimentos (lavagens, estampas, bordados, entre outros)
- Matéria prima e aviamentos
- Detalhes (gola, manga, decote, entre outros)
- Inteiros
- Partes de baixo
- Partes de cima
- Marcas
- Ocasões de Uso
- Eventos Sociais e de Moda
- Projetos de Imagem: Editorial, Catálogo, Lookbook, Televisão e Cinema
- Cinema
- Lazer
- Trabalho
- Linguagem da Moda
- PÚBLICO-ALVO
- Critérios de Comportamento
- Psicográficos
- Geográficos

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demográficos</li> <li>• Perfil e Estilo de vida</li> <li>• Personas</li> <li>• Definição</li> <li>• Aplicação</li> <li>• Características</li> <li>• Comunicação</li> <li>• Linguagem Visual (Harmonia e Elementos visuais)</li> </ul>
<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar o trabalho colaborativo e de equipe, promovendo a integração, o engajamento, a empatia e o respeito às normas, padrões, hierarquias e acordos coletivos estabelecidos.</li> </ul>	<p><b>AUTOEMPREENDEDORISMO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características empreendedoras;</li> <li>• Atitudes empreendedoras</li> <li>• Autorresponsabilidade e empreendedorismo</li> <li>• A construção da missão pessoal</li> <li>• Valores do empreendedor: persistência e comprometimento</li> <li>• Persuasão e rede de contatos</li> <li>• Independência e autoconfiança</li> <li>• Cooperação como ferramenta de desenvolvimento</li> </ul>

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- Jout Jout - MANDA VOCÊ PRA GRÁFICA, EU HEIN <https://www.youtube.com/watch?v=TrEPE2cJkvA> (para trabalhar autonomia)
- Editora SENAC São Paulo, Visagismo: Harmonia e estética, Hallawell, Philip
- HELLER, Eva. A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gilli, 2013. 311 p. ISBN 978-84-252-1977-1.
- FRASER, Tom; BANKS, Adam. O guia completo da cor. São Paulo: Ed. Senac, 2007. 224 p. ISBN 85-7359-593-2

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- 
-

#### 6.4.16. 080.0075 – COMPOSIÇÃO VISUAL E ESTILO II – 80 HORAS

<b>OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:</b>	Desenvolver capacidades técnicas e socioemocionais relativas à composição e consultoria de imagem e estilo de moda, considerando teoria das cores, conceitos de visagismo e características do cliente de acordo com princípios de sustentabilidade, éticos, de inclusão e de diversidade.	
<b>CAPACIDADES TÉCNICAS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>	
Definir fornecedores de recursos humanos, materiais e tecnologias de acordo com o briefing do projeto de composição visual e de estilo	CONSULTORIA DE IMAGEM E ESTILO	
Avaliar as necessidades de contratações de serviços e aquisições para realização do projeto de composição visual e de estilo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição</li> <li>• Recursos</li> <li>• Físicos</li> <li>• Financeiros</li> <li>• Humanos</li> <li>• Projetos</li> <li>• Briefing (mapeamento do cliente)</li> <li>• Cronograma (Etapas, prazos e responsáveis)</li> <li>• Pesquisa de referências</li> <li>• Criação e Desenvolvimento</li> <li>• Apresentação</li> <li>• Ajustes</li> </ul>	
Executar projetos de composição visual e de estilo, de acordo com os princípios de moda, procedimentos e tecnologias de comunicação do universo físico e/ou digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produção e Execução</li> <li>• Avaliação</li> </ul> AUTOEMPREENDEDORISMO <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características empreendedoras;</li> <li>• Atitudes empreendedoras</li> <li>• Autorresponsabilidade e empreendedorismo</li> <li>• A construção da missão pessoal</li> <li>• Valores do empreendedor: persistência e comprometimento</li> <li>• Persuasão e rede de contatos</li> <li>• Independência e autoconfiança</li> <li>• Cooperação como ferramenta de desenvolvimento</li> </ul>	
<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>	
Fomentar o trabalho colaborativo e de equipe, promovendo a integração, o engajamento, a empatia e o respeito às normas, padrões, hierarquias e acordos coletivos estabelecidos.	AUTOEMPREENDEDORISMO <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características empreendedoras;</li> <li>• Atitudes empreendedoras</li> </ul>	

- Autorresponsabilidade e empreendedorismo
- A construção da missão pessoal
- Valores do empreendedor: persistência e comprometimento
- Persuasão e rede de contatos
- Independência e autoconfiança
- Cooperação como ferramenta de desenvolvimento

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- Jout Jout - MANDA VOCÊ PRA GRÁFICA, EU HEIN <https://www.youtube.com/watch?v=TrEPE2cJkvA> (para trabalhar autonomia)
- Editora SENAC São Paulo, Visagismo: Harmonia e estética, Hallawell, Philip
- HELLER, Eva. A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gilli, 2013. 311 p. ISBN 978-84-252-1977-1.
- FRASER, Tom; BANKS, Adam. O guia completo da cor. São Paulo: Ed. Senac, 2007. 224 p. ISBN 85-7359-593-2

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- 
-

## 6.4.17. 160.0023 – PROJETOS DE IMAGEM – 160 HORAS

**OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:**

Desenvolver capacidades técnicas relativas ao planejamento e desenvolvimento de projetos de imagem, considerando os conceitos da fotografia e audiovisual aplicados aos diferentes segmentos de moda, de acordo com padrões de qualidade e sustentabilidade da empresa, princípios éticos, de inclusão e de diversidade, normas técnicas e regulamentadoras aplicáveis à ocupação.

CAPACIDADES TÉCNICAS	CONHECIMENTOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretar as informações das pesquisas de tendência de moda, comportamento e consumo, referências estéticas, de varejo e de comunicação para elaboração do projeto de imagem de moda</li> </ul>	<p>PROJETO IMAGEM DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos e características</li> <li>• Editorial</li> <li>• Catálogo e Lookbook</li> <li>• Foto para e-commerce (site e redes sociais)</li> <li>• Campanha Publicitária</li> <li>• Vídeo publicitário (TV, Cinema, mídias digitais)</li> <li>• Fashion Film</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretar dados e informações técnicas referentes ao público-alvo, à marca e tema para desenvolvimento do projeto de imagem de moda</li> </ul>	<p>CANAIS DE COMUNICAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição</li> <li>• Tipos</li> <li>• Lojas Físicas</li> <li>• Multimarcas</li> <li>• E-Commerce</li> <li>• Mídias Impressas</li> <li>• Mídias Digitais</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretar dados e informações técnicas referentes ao conceito da coleção e da marca para desenvolvimento do projeto de imagem de moda</li> </ul>	<p>FLUXO DO PROJETO DE COMPOSIÇÃO DE IMAGEM</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planejamento</li> <li>• Fluxograma</li> <li>• Cronograma</li> <li>• Orçamento</li> <li>• Infraestrutura (cenário, locação, recursos materiais e serviços, entre outros)</li> <li>• Curadoria de produtos</li> <li>• Casting</li> <li>• Elaboração do Escopo do Projeto</li> <li>• Apresentação do Projeto</li> <li>• Aprovação</li> <li>• Ajustes</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar os tipos e características dos canais de comunicação de acordo com o perfil do público-alvo, a marca e os objetivos do projetos</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretar dados e informações técnicas referentes a custos, prazos, recursos e canais de comunicação para desenvolvimento do projeto de imagem de moda</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir fornecedores de recursos humanos, materiais e tecnologias de acordo com o briefing do projeto de imagem de moda</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir etapas do projeto de imagem de moda de acordo com os prazos estabelecidos</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensionar os recursos humano, físico, tecnológicos e financeiro necessários para o desenvolvimento do projeto de imagem de moda</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Execução</li> <li>• Aquisições</li> <li>• Contratações</li> <li>• Montagem e desmontagem</li> <li>• Prova de Roupas</li> <li>• Sessão Fotográfica e Produção de vídeo</li> <li>• Beleza e Maquiagem</li> <li>• Styling</li> <li>• Poses</li> <li>• Pós-Produção</li> <li>• Seleção das fotos e cenas</li> <li>• Tratamento de Imagens e cenas</li> <li>• Entrega final do projeto para o cliente</li> <li>• Formato de arquivo</li> <li>• Envio</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar princípios, técnicas e ferramentas de design gráfico, por meios manuais e digitais, para o desenvolvimento do projeto de imagem de moda</li> </ul>	<p>FOTOGRAFIA DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• História e Conceitos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar princípios e técnicas da fotografia de moda para o desenvolvimento do projeto de imagem de moda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Linguagem Audiovisual</li> <li>• Briefing aplicado a composição de imagem</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empregar métodos e técnicas para registro de acompanhamento e validação, por meio manual ou digital, do projeto de imagem de moda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Natureza do projeto e contexto</li> <li>• Análise setorial</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empregar métodos e técnicas de comunicação para o desenvolvimento de projetos de imagem de moda de acordo com ferramentas físicas e digitais em função de novas tecnologias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Público -alvo</li> <li>• Portfólio da empresa (marca)</li> <li>• Objetivos do negócio e estratégias de design</li> <li>• Informações de pesquisa (tendências, tema da coleção, etc.)</li> <li>• Materiais complementares para orientação (catálogos de produtos, fotos, mostruários, etc.)</li> <li>• Composição da Imagem</li> <li>• Enquadramento</li> <li>• Linguagem visual</li> <li>• Foco e Profundidade de Campo</li> <li>• Planos</li> <li>• Iluminação</li> <li>• Tipos de luz</li> <li>• Direção da luz</li> <li>• Locação</li> <li>• Interna</li> </ul>

- Externa
- Virtual
- Máquinas e Equipamentos
- Elementos Modificadores (flash, rebatedores, difusores)
- Câmera
- Cenário
- FASHION FILME
- Moodboard
- Storyboard
- Roteiro
- Formatos (janela de exposição)
- Vertical
- Horizontal
- Trilha sonora
- Locação
- Equipamentos e acessórios
- TÉCNOLOGIAS E FERRAMENTAS APLICADAS A PRODUÇÃO DE IMAGEM DE MODA
- Softwares tratamento de imagem
- Definição
- Tipos e Aplicação
- Ferramentas básicas
- Software de Edição de vídeo
- Introdução a edição
- Tipos e Aplicação
- Ferramentas básicas
- Exportação do Fashion Films
- Novas Tecnologia e ferramentas
- Definição
- Tipos e Aplicação (Ex.: Software de Inteligência artificial de produção de texto, imagem e vídeo, software 3D, entre outros)
- DESIGN GRÁFICO APLICADO À PROJETOS DE IMAGEM DE MODA
- Definição
- Princípios
- Equilíbrio
- Proximidade

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alinhamento</li> <li>• Repetição</li> <li>• Contraste</li> <li>• Vazio Gráfico</li> <li>• Elementos</li> <li>• Cor</li> <li>• Formas</li> <li>• Tipografia</li> <li>• Escala</li> </ul> <p>ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PARA PROJETOS DE IMAGEM:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planejamento de atividades</li> <li>• Hierarquia de atividades</li> <li>• Organização de atividades</li> <li>• Controle de atividades</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar os princípios de governança, gestão ambiental e social nos projetos de imagem de moda</li> <li>• Reconhecer princípios éticos, direitos autorais, de uso de imagem e áudio aplicáveis aos ambientes e produtos físicos e digitais para o desenvolvimento do projeto de imagem de moda</li> </ul>	<p>LEGISLAÇÃO E DOCUMENTAÇÃO LEGAL APLICADA AOS PROJETOS DE IMAGEM DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Direitos autorais</li> <li>• Imagem</li> <li>• Trilha sonora</li> <li>• Propriedade intelectual</li> <li>• Autorizações</li> <li>• Contratos</li> <li>• Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais</li> <li>• Código de Defesa do Consumidor</li> </ul> <p>ESG PARA PROJETOS DE IMAGEM DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alinhamento estratégico</li> <li>• Engajamento dos clientes</li> <li>• Inovação e criatividade</li> <li>• Eficiência e eficácia</li> <li>• Responsabilidade ambiental</li> <li>• Responsabilidade social</li> <li>• Ética e Transparência</li> </ul> <p>AUTOGESTÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organização pessoal e profissional</li> <li>• Disciplina no trabalho</li> <li>• Responsabilidades individuais e coletivas</li> <li>• Concentração no trabalho</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretar normas técnicas e legislações aplicáveis aos ambientes e produtos físicos e digitais para o desenvolvimento do projeto de imagem de moda</li> </ul>	

CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS	CONHECIMENTOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprometer-se com a execução das atividades, considerando as diretrizes da organização, com autogestão e foco em resultados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidade de gestão do tempo</li> </ul> <p><b>AUTOGESTÃO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organização pessoal e profissional</li> <li>• Disciplina no trabalho</li> <li>• Responsabilidades individuais e coletivas</li> <li>• Concentração no trabalho</li> <li>• Capacidade de gestão do tempo</li> </ul>

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- MCASSEY, Jacqueline; BUCKLEY, Clare; BANDARRA, Mariana; HEINZELMANN, Fernanda. Styling de moda. Porto Alegre: Bookman, 2013. 199 p. (Fundamentos de design de moda). ISBN 9788582600047.
- Seixas, Cristina; Catoira, Lu. Estética da moda: styling e produção. Niterói, RJ: Editora Candido, 2021.
- SIEGEL, Eliot. Curso de Fotografia de Moda. Editora GG, SL Barcelona, 2º Ed. 2012.
- GWYNETH, Moore. Promoção de Moda. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- FAÇANHA, Astrid; MESQUITA, Cristiane; CASTILHO, Kathia. Styling e criação de imagem de moda. 3ª ed. São Paulo: SENAC, 2022. 344 p. ISBN 9788539635238.

#### 6.4.18. 080.0076 – PROJETO EXECUTIVO DE COMUNICAÇÃO DE MODA – 80 HORAS

<b>OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:</b>	Desenvolver capacidades técnicas relativas ao monitoramento e controle de projetos executivos de comunicação de moda, considerando as etapas, prazos e gestão de equipes, de acordo com padrões de qualidade e sustentabilidade da empresa, princípios éticos, de inclusão e de diversidade, normas técnicas e regulamentadoras aplicáveis à ocupação.
--	--

CAPACIDADES TÉCNICAS	CONHECIMENTOS
Aplicar métodos, técnicas e ferramentas de monitoramento para o cumprimento de normas técnicas e de legislações em função do projeto de comunicação de moda	<p>PROJETO EXECUTIVO DE COMUNICAÇÃO DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etapas</li> <li>• Pesquisa</li> <li>• Planejamento</li> <li>• Execução</li> <li>• Avaliação</li> <li>• Indicadores de desempenho</li> <li>• Visibilidade da marca</li> <li>• Vendas</li> <li>• Avaliação de satisfação do cliente</li> <li>• Análise de métricas de mídia digital</li> <li>• Acompanhamento da aplicação de normas técnicas e legislações</li> <li>• ESG</li> <li>• Alinhamento estratégico</li> <li>• Engajamento dos stakeholders</li> <li>• Inovação e criatividade</li> <li>• Eficiência e eficácia</li> <li>• Responsabilidade ambiental</li> <li>• Responsabilidade social</li> <li>• Ética e Transparência</li> <li>• Premissas da Qualidade</li> <li>• Coerência com a identidade da marca</li> <li>• Adequação ao público-alvo</li> <li>• Criatividade e inovação</li> <li>• Consistência e integração em diferentes canais e ambientes</li> <li>• Cumprimento dos prazos de entrega</li> <li>• Cumprimento do orçamento</li> <li>• Atendimento ao briefing</li> </ul> <p>CONTROLE E GESTÃO DE PROJETOS EXECUTIVO DE COMUNICAÇÃO DE</p>
Monitorar as etapas e prazos de execução definidos nos projetos de comunicação de moda	
Aplicar ferramentas de controle da qualidade para avaliação das etapas na execução dos projetos de comunicação de moda	
Aplicar os princípios de governança, gestão ambiental e social na execução dos projetos de comunicação de moda	
Monitorar os índices e métricas da qualidade da empresa aplicáveis na execução dos projetos de comunicação de moda	
Empregar métodos e técnicas para registro dos dados de controle e monitoramento da execução do projeto de comunicação de moda, por meio físico ou digital	
Aplicar ferramentas de gestão de equipes de trabalho em função das metas estabelecidas no projeto de comunicação de moda	
Aplicar ferramentas de gestão e controle dos processos em função das metas estabelecidas no projeto de comunicação de moda	

## MODA

- Definição
- Aplicabilidade
- Ferramentas e Métodos
- Checklist
- Gráfico de Gantt
- Matriz SWOT
- Ciclo PDCA
- Ficha de cautela (empréstimo e devolução de produtos)
- Ordem do dia

## GESTÃO DE EQUIPES DE PROJETOS EXECUTIVOS DE COMUNICAÇÃO DE MODA

- Características
- Equipe
- Grupo de Trabalho
- Diversidade e Inclusão
- Hierarquia
- Funções e responsabilidades
- Resolução de conflitos
- Técnicas
- Negociação
- Mediação

## LIDERANÇA

- Estilos: democrático, centralizador e liberal
- Papéis do líder
- Críticas e sugestões: análise, ponderação e reação
- Feedback (positivo e negativo) – Causas e efeitos
- Gestão de conflitos
- Delegação
- Empatia
- Persuasão
- Empoderamento

## DESENVOLVIMENTO DE EQUIPES DE TRABALHO

- Motivação de pessoas
- Capacitação
- Avaliação de desempenho

## TÉCNICAS DE RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Detalhar as variáveis do problema</li> <li>• Encontrar possíveis soluções</li> <li>• Escolher a solução adequada</li> <li>• Executar a solução escolhida</li> <li>• Revisar e atualizar os dados</li> </ul> <p>MELHORIA CONTÍNUA E INOVAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de melhoria contínua</li> </ul>
<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>
Demonstrar atitude proativa na identificação e na proposição de soluções para os problemas, para atendimento a necessidades ou para a implementação de melhorias nos contextos relacionados a sua atuação profissional.	<p>TÉCNICAS DE RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Detalhar as variáveis do problema</li> <li>• Encontrar possíveis soluções</li> <li>• Escolher a solução adequada</li> <li>• Executar a solução escolhida</li> <li>• Revisar e atualizar os dados</li> </ul> <p>MELHORIA CONTÍNUA E INOVAÇÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas de melhoria contínua</li> </ul>
Fomentar o trabalho colaborativo e de equipe, promovendo a integração, o engajamento, a empatia e o respeito às normas, padrões, hierarquias e acordos coletivos estabelecidos.	

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

- Seixas, Cristina; Catoira, Lu. Estética da moda: styling e produção. Editora Candido, Niterói, RJ, 2021

- 
- 

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

- 
-

## 6.4.19. 080.0077 – PROJETOS DE DESFILE DE MODA– 80 HORAS

<b>OBJETIVO GERAL DA UNIDADE CURRICULAR:</b>	Desenvolver capacidades técnicas relativas à organização de desfile de moda, considerando os processos de criação, planejamento e execução do projeto, de acordo com padrões de qualidade e sustentabilidade da empresa, princípios éticos, de inclusão e de diversidade, normas técnicas e regulamentadoras aplicáveis à ocupação.
--	---

CAPACIDADES TÉCNICAS	CONHECIMENTOS
Interpretar as informações das pesquisas de referência de moda, mercado e público-alvo, referências estéticas e de comunicação para elaboração do projeto de desfile de moda	<b>DESFILES DE MODA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definição</li> <li>• História</li> <li>• Tipos de desfile</li> <li>• Alta Costura</li> <li>• Prêt-à-Porter</li> <li>• See Now Buy Now (veja agora compre agora)</li> <li>• Celebridades</li> <li>• Feiras</li> <li>• Showroom (desfile de salão)</li> <li>• Concurso de moda</li> <li>• Virtual</li> <li>• Gêneros de desfiles</li> <li>• Clássico (comercial)</li> <li>• Teatral</li> <li>• Conceitual</li> <li>• Suporte áudio visual</li> </ul>
Interpretar dados e informações técnicas referentes ao público-alvo e o conceito da marca para desenvolvimento do projeto de desfile de moda	
Interpretar dados e informações técnicas referentes ao conceito da coleção para desenvolvimento do projeto de desfile de moda	<b>GOVERNANÇA, GESTÃO AMBIENTAL E SOCIAL (ESG) PARA PROJETOS DE DESFILE DE MODA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alinhamento estratégico</li> <li>• Engajamento dos clientes</li> <li>• Inovação e criatividade</li> <li>• Eficiência e eficácia</li> <li>• Responsabilidade ambiental</li> <li>• Responsabilidade social</li> <li>• Ética e Transparência</li> </ul>
Reconhecer princípios éticos, direitos autorais, de uso de imagem e áudio aplicáveis aos ambientes e produtos físicos e digitais para o desenvolvimento do projeto de desfile de moda	
Aplicar os princípios de governança, gestão ambiental e social nos projetos de desfile de moda	<b>APLICABILIDADE DE NORMAS E LEGISLAÇÕES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnicas</li> <li>• Regulamentadoras</li> </ul>
Interpretar normas técnicas e legislações aplicáveis aos ambientes e produtos físicos e digitais para o desenvolvimento do projeto de desfile de moda	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saúde e Segurança</li> <li>• Ambientais</li> <li>• Trabalhista</li> </ul> <p>ALVARÁ E AUTORIZAÇÕES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prefeitura</li> <li>• Polícia</li> <li>• Defesa Civil</li> <li>• Juizado de crianças e adolescentes</li> <li>• ECAD</li> </ul>
Interpretar dados e informações técnicas referentes a custos, prazos, recursos e canais de divulgação para desenvolvimento do projeto de desfile de moda	<p>PESQUISA IMAGÉTICA E/OU CONTEXTUALIZADA APLICADAS AO PROJETO DE DESFILE DE MODA FÍSICO E/OU DIGITAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendências</li> <li>• Moda</li> <li>• Eventos</li> <li>• Arte e cultura</li> <li>• Tema da coleção</li> <li>• Beleza</li> <li>• Maquiagem</li> <li>• Cabelo</li> </ul> <p>PLANEJAMENTO DO DESFILE DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cronograma</li> <li>• Prazos</li> <li>• Etapas</li> <li>• Responsáveis</li> <li>• Orçamento</li> <li>• Fornecedores</li> <li>• Serviços e contratações (camarim, buffet, segurança, iluminação, cabelereiro, maquiador, DJ, staff, hostess, cenotécnica)</li> <li>• Infraestrutura física e ou digital (cenário, locação, recursos materiais e serviços e insumos)</li> <li>• Captação de recursos (patrocínio e parcerias)</li> </ul>
Definir o layout do ambiente físico ou digital de exposição, considerando suas características e os recursos disponíveis	<p>CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO PROJETO FÍSICOS E/OU DIGITAIS</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Representações Gráficas da passarela</li> <li>• Planta baixa</li> <li>• Layout 3D</li> </ul>

Empregar técnicas e tecnologias para o desenvolvimento de projetos de desfiles de moda em função das tendências e ferramentas físicas e digitais

- Trilha Sonora
- Casting (Perfil e características das modelos)
- Beleza (Face Chart)
- Seleção dos produtos para composição dos looks
- Curadoria
- Styling
- Release para divulgação do desfile

#### SOFTWARES APLICADOS AO DESFILE DE MODA

- Vetoriais
- Aplicação
- Ferramentas
- Editores de imagem
- Aplicação
- Ferramentas
- Edição de vídeo
- Animação 3D
- Gestão
- Edição de texto
- Construção de Planilhas

Dimensionar os recursos humanos, físicos, tecnológicos e financeiros para o desenvolvimento do projeto de desfile de moda

#### PRÉ PRODUÇÃO

- Cenografia
- Materiais
- Adereços
- Ornamentação
- Técnicas e ferramentas
- Infraestrutura para o evento (materiais e equipamentos)
- Mobiliários em geral
- Araras e cabides
- Espelhos
- Materiais de papelaria
- Kit do produtor/maleta de produção (conjunto de materiais e ferramentas)
- Prova de Roupas (looks)
- Ordem de entrada dos modelos na passarela
- Ensaio
- Preparação do Kit de Imprensa (press kit)
- Organização do Público

Definir fornecedores de recursos humanos, materiais e tecnologias de acordo com o briefing do projeto de desfile de moda

- Lista de convidados
- Seating
- Ordem do dia
- Sequência de acontecimentos
- Horários de início e fim
- Responsáveis envolvidos

#### EXECUÇÃO DO PROJETO DO DESFILE

- Montagem
- Cenografia
- Iluminação
- Credenciamento
- Catering e buffet
- Passagem de som e passarela
- Maquiagem e Cabelo
- Troca de roupa e Styling dos modelos
- Preparação da fila de modelos
- Desfile
- Desmontagem e Limpeza
- Ferramentas de gestão e controle da qualidade
- 

Empregar métodos e técnicas para registro de acompanhamento e validação, por meio manual ou digital, do projeto de desfile de moda

#### TECNOLOGIAS E FERRAMENTAS APLICADAS AOS DESFILES DE MODA

- Definição
- Tipos e Aplicação
- Software de Inteligência artificial
- Imagem e vídeo
- Software 3D
- Metaverso

#### BRIEFING APLICADO AO PROJETO DE DESFILE DE MODA FÍSICO E/OU DIGITAL

- Natureza do projeto e contexto
- Público -alvo
- Objetivo
- Prazo
- Orçamento
- Materiais complementares para orientação
- Catálogos de produtos

Reconhecer os índices e métricas da qualidade da empresa aplicáveis ao projeto de desfile de moda

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotos</li> <li>• Mostruários</li> </ul>
Elaborar plano para execução do desfile de moda em função das etapas, objetivos, prazos e recursos disponíveis	<p>AUTOGESTÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organização pessoal e profissional</li> <li>• Disciplina no trabalho</li> <li>• Responsabilidades individuais e coletivas</li> <li>• Concentração no trabalho</li> <li>• Capacidade de gestão do tempo</li> </ul> <p>ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO PARA DESFILES DE MODA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planejamento de atividades</li> <li>• Hierarquia de atividades</li> <li>• Organização de atividades</li> <li>• Controle de atividades</li> <li>•</li> </ul>
<b>CAPACIDADES SOCIOEMOCIONAIS</b>	<b>CONHECIMENTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprometer-se com a execução das atividades, considerando as diretrizes da organização, com autogestão e foco em resultados.</li> </ul>	<p>AUTOGESTÃO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organização pessoal e profissional</li> <li>• Disciplina no trabalho</li> <li>• Responsabilidades individuais e coletivas</li> <li>• Concentração no trabalho</li> <li>• Capacidade de gestão do tempo</li> </ul>

### BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- Villaseca, Estel. Como fazer um desfile de moda, ed SENAC, SP, 2011.
- Phillips, Peter, L. Briefing: a gestão do projeto de design. Editora Blucher, São Paulo, 2008.
- Seixas, Cristina; Catoira, Lu. Estética da moda: styling e produção. Editora Candido, Niterói, RJ, 2021.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- 
-

## 7. APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES

---

De acordo com a legislação educacional em vigor, é possível aproveitar conhecimentos e experiências anteriores dos alunos, desde que diretamente relacionados com o Perfil Profissional de Conclusão do presente curso.

O estudante poderá aproveitar conhecimentos e experiências anteriores, desde estes tenham sido adquiridos em:

- Disciplinas cursadas no Senai, em cursos das modalidades Habilitação Técnica de Nível Médio, Aprendizagem Industrial;
- Cursos de qualificação e aperfeiçoamento profissional certificados pelo Senai Alagoas;
- Disciplinas cursadas em cursos de habilitação técnica de nível médio de outra instituição de ensino;
- Disciplinas cursadas em graduações de nível superior;

O aproveitamento de estudos deverá ser solicitado na secretaria escolar por meio de requerimento próprio e em período estabelecido no calendário letivo do semestre.

O limite de unidades curriculares a terem aproveitamento concedido para cada aluno será de até 40% do total de unidades curriculares da matriz curricular do curso. Na ocasião do cálculo, em caso de decimais, o percentual sofrerá arredondamento para cima até o número inteiro mais próximo.

Os requerimentos serão avaliados por uma comissão interna que emitirá o resultado do pleito em até 8 dias úteis após a data final do prazo para submissão dos requerimentos. A avaliação da comissão terá caráter soberano, não cabendo ao aluno possibilidade de recurso.

Para avaliação do requerimento de dispensa, serão analisados:

- Compatibilidade do conteúdo formativo entre a disciplina de origem e unidade curricular que o aluno pleiteia a dispensa, não apenas quanto ao seu contexto temático, mas também quanto ao nível de aprofundamento dos conteúdos;
- Compatibilidade mínima de 75% entre a carga horária da disciplina de origem e unidade curricular que o aluno pleiteia a dispensa;

Para solicitar o aproveitamento de estudos, o aluno deverá preencher o requerimento na secretaria escolar e anexar os documentos comprobatórios dos estudos realizados anteriormente.

Como documentos comprobatórios obrigatórios deverão ser entregues:

- Cópia do histórico escolar e ementa da disciplina cursada anteriormente em cursos de Habilitação Técnica de Nível Médio e graduações de nível superior.
- Cópia do certificado de cursos de qualificação profissional ou aperfeiçoamento profissional emitidos pelo Senai Alagoas.

Uma vez concedida a dispensa, o aluno não poderá frequentar as aulas da unidade curricular aproveitada tampouco requerer a reversão da dispensa

Ressalta-se que o aproveitamento referido se destina exclusivamente aos alunos regularmente matriculados nos cursos técnicos, visando ao prosseguimento ou conclusão de estudos, e não à certificação de pessoas.

## 8. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A avaliação da aprendizagem é entendida como um processo sistemático e contínuo de obtenção de informações, análise e interpretação da ação educativa. Por meio dela é possível compreender se os estudantes estão aprendendo e o quanto estão aprendendo. É possível também mensurar a eficácia das estratégias e tecnologias de ensino adotadas pelo docente.

De toda forma, a avaliação de aprendizagem traz inúmeros benefícios ao processo educacional. Contudo, para que ela seja realizada em sua plenitude é essencial considerar, em um mesmo ato avaliativo, as suas diferentes funções.

A **função diagnóstica da avaliação** é identificar características gerais do aluno, seus conhecimentos prévios, interesses e dificuldades. Permite que o docente planeje e replaneje o seu ensino para atender o mais próximo da realidade de sua turma e alunos.

A **função formativa da avaliação** é fornecer informações, ao docente e ao estudante, sobre os problemas de ensino e de aprendizagem ao longo das aulas da unidade curricular. Possibilita que o docente redirecione o ensino, adotando novas estratégias, técnicas e tecnologias pedagógicas. Permite também que o aluno perceba quais são as suas reais dificuldades de aprendizagem e com isso possa adotar diferentes métodos de estudo e pesquisa, tendo em vista garantir a sua efetividade ao longo da formação profissional.

A **função somativa da avaliação** é quantificar a evolução da aprendizagem do aluno e decidir sobre a promoção ou retenção do aluno considerando o desempenho alcançado. As informações obtidas com essa função da avaliação podem também se caracterizar, como informações diagnósticas adicionais para que o docente planeje unidades curriculares seguintes.

Na formação profissional com base em competências, é fundamental que o docente realize a avaliação considerando as suas três funções e por meio dela possa obter informações para o alcance dos resultados de aprendizagem, bem como para a melhoria contínua do processo de ensino.

### 8.1. ETAPAS DO PROCESSO AVALIATIVO DOS ESTUDANTES DO SENAI

No Senai Alagoas, o processo avaliativo do estudante é constituído das seguintes etapas avaliativas:

1. Avaliação Prática ao longo da unidade curricular;
2. Avaliação Objetiva ao fim da unidade curricular;
3. Avaliação do Projeto Integrador ao fim do semestre;
4. Avaliação Objetiva Semestral;



A seguir serão detalhadas cada uma das etapas do processo avaliativo.

### 8.1.1. AVALIAÇÃO PRÁTICA AO LONGO DA UNIDADE CURRICULAR

---

Na primeira aula da unidade curricular, o docente apresenta uma situação de aprendizagem, contendo um desafio da profissão e que deve ser resolvido gradativamente pelos estudantes por meio de atividades. Em cada dessas atividades o estudante é avaliado pelo docente de acordo com um conjunto de critérios de avaliação.

Cada critério de avaliação possui uma pontuação numérica, numa escala de 0 a 10 pontos, sendo a soma da pontuação de todos os critérios do desafio equivalente a 10 pontos. Obtém-se o desempenho do estudante na avaliação prática somando a pontuação obtida em cada um dos critérios de avaliação da situação de aprendizagem.

### 8.1.2. AVALIAÇÃO OBJETIVA AO FIM DA UNIDADE CURRICULAR

---

Esta etapa ocorre no final da unidade curricular e tem por objetivo avaliar o domínio que o estudante possui acerca de fundamentos, conceitos e teorias desenvolvidas ao longo das aulas. Aqui o estudante responde uma prova objetiva composta de questões de múltipla escolha.

Cada uma das questões da prova possui uma pontuação numérica numa escala de 0 a 10 pontos, sendo a soma da pontuação de todas as questões equivalente a 10 pontos. Obtém-se o desempenho do estudante na avaliação objetiva somando a pontuação obtida em cada uma das questões respondidas corretamente.

### 8.1.3. AVALIAÇÃO DO PROJETO INTEGRADOR AO FIM DO SEMESTRE

---

Aplicável apenas aos semestres letivos, que possuem uma unidade curricular destinada ao desenvolvimento de projeto Integrador.

Os projetos integradores serão desenvolvidos:

Apenas no 2º e 4º período nos cursos que possuem 4 semestres letivos;

Apenas no 2º e 3º período nos cursos que possuem 3 semestres letivos.

Para ser **aprovado na Unidade Projeto Integrador** o aluno precisará alcançar a média mínima de 6,0 (seis);

Ao **término do semestre**, os alunos devem apresentar a solução na **Mostra de Projetos**. A Mostra de Projetos é um evento onde os projetos são apresentados e avaliados por uma comissão de avaliação.

O estudante deve formar uma equipe de até 5 integrantes e propor uma solução inovadora para um problema de uma indústria. Esse problema deve ter relação direta com o curso do estudante e com as competências desenvolvidas no semestre em que a unidade de projeto integrador estiver alocada.

O desenvolvimento do projeto integrador é constituído de algumas fases, conforme a seguir:

- Formação da Equipe e Definição da Problemática a ser resolvida;
- Análise da Problemática e Proposição da Solução;
- Análise da Viabilidade Técnica e Econômica da Solução;
- Elaboração do Modelo de Negócio da Solução;
- Desenvolvimento de Protótipo (físico ou virtual) da Solução;
- Elaboração da Apresentação da Solução: Escrita do Projeto e Gravação do *pitch elevator* da solução;
- Apresentação da Solução para banca de avaliação na Mostra de Projetos da Unidade.

O projeto integrador da equipe será avaliado por uma banca de acordo com um conjunto de critérios de avaliação. Cada um desses critérios possui uma pontuação numérica numa escala de 0 a 10 pontos, sendo a soma da pontuação de todos os critérios do projeto integrador equivalente a 10 pontos. Obtém-se o desempenho do estudante no Projeto Integrador somando a pontuação obtida em cada um dos critérios de avaliação.

#### **8.1.4. AVALIAÇÃO OBJETIVA SEMESTRAL**

---

Esta etapa ocorre no final do semestre e tem por objetivo avaliar o domínio que o estudante possui acerca de fundamentos, conceitos e teorias desenvolvidas durante todo o semestre. Aqui o estudante responde uma prova objetiva composta de questões de múltipla escolha.

A avaliação semestral, além de possibilitar investigar se as competências previstas no módulo foram plenamente desenvolvidas, também possui caráter de reconhecimento pelo desempenho alcançado. Os estudantes poderão ter até 02 pontos adicionais em todas as unidades curriculares do módulo em andamento, desde que tenham desempenho igual ou superior a 60% de acertos na avaliação. Esta distribuição da pontuação adicional corresponde proporcionalmente ao desempenho obtido pelo estudante na avaliação semestral.

Ex.: 75% de acerto = 1,5 pontos.

### **8.2. CRITÉRIOS PARA APROVAÇÃO DO ESTUDANTE**

---

Para ser aprovado no curso, o estudante precisa estar aprovado em todas as unidades curriculares que compõe a matriz curricular em que ele está matriculado, com exceção do estágio supervisionado por este ter caráter opcional.

A aprovação nas unidades curriculares se dará de acordo com critérios específicos, de acordo com a modalidade de oferta da unidade curricular, conforme a seguir.

#### **8.2.1. CRITÉRIOS PARA APROVAÇÃO DO ESTUDANTE EM UNIDADES CURRICULARES PRESENCIAIS E SEMIPRESENCIAIS**

---

Para ser aprovado em unidades curriculares ministradas de forma presencial ou semipresencial, o estudante precisa alcançar simultaneamente:

- 75% de frequência nas aulas presenciais;
- Nota final da unidade curricular maior ou, no mínimo igual, a 6,0 (seis). A nota final da unidade curricular será obtida por meio do seguinte cálculo:
  - $NOTA\ FINAL\ DA\ UNIDADE\ CURRICULAR = ((PROVA\ PRÁTICA + PROVA\ OBJETIVA) / 2);$

#### **8.2.2. CRITÉRIOS PARA APROVAÇÃO DO ESTUDANTE EM UNIDADES CURRICULARES 100% À DISTÂNCIA**

---

Para ser aprovado em unidades curriculares ministradas de forma 100% à distância, o estudante precisa alcançar:

- Nota final da unidade curricular maior ou, no mínimo igual, a 6,0 (seis). A nota final da unidade curricular será obtida por meio do seguinte cálculo:
  - $NOTA\ FINAL\ DA\ UNIDADE\ CURRICULAR = ((PROVA\ PRÁTICA + PROVA\ OBJETIVA) / 2);$

#### **8.2.3. SEGUNDA CHAMADA NA PROVA OBJETIVA**

---

Caso não realize a prova objetiva da unidade curricular em sua primeira chamada, o estudante poderá agendar a aplicação de segunda chamada mediante o pagamento de uma taxa. Esse agendamento deve ser realizado na secretaria escolar da unidade Senai em que o aluno está matriculado em até 48 horas úteis após a aplicação da primeira chamada da prova objetiva.

As datas de aplicação da segunda chamada das provas objetivas estarão prefixadas no calendário letivo, não cabendo ao aluno escolher uma data para realizá-la.

#### **8.2.4. PROVA DE RECUPERAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR**

---

Caso não realize a prova objetiva, seja em sua primeira ou segunda chamada, o estudante ainda poderá realizar a prova de recuperação, cuja nota obtida substituirá a nota da prova objetiva.

Poderá também realizar a prova de recuperação, o estudante que desejar melhorar seu desempenho na unidade curricular, substituindo a nota obtida na prova de recuperação pela nota obtida na prova objetiva.

#### **8.2.5. PROCEDIMENTOS EM CASO DE REPROVAÇÃO EM UNIDADE CURRICULAR**

---

O estudante que for reprovado na unidade curricular, deverá cursá-la novamente de forma integral, mediante a solicitação de reoferta de unidade curricular. Isso implica na obrigatoriedade de o estudante participar das aulas reofertadas, obtendo o percentual mínimo de frequência obrigatória, bem como realizar todas as avaliações da unidade curricular, obtendo o desempenho mínimo para aprovação.

O estudante deverá realizar sucessivas reofertas da unidade curricular até conseguir sua aprovação, respeitando, porém, o prazo máximo de integralização do curso.

Com a solicitação de reoferta de unidades curriculares, o contrato de prestação de serviços educacionais do estudante sofrerá um aditamento automático, implicando na cobrança adicional de valores referente às reofertas solicitadas.

## 9. INFRAESTRUTURA FÍSICA E TECNOLÓGICA

As unidades do SENAI Alagoas possuem a infraestrutura necessária para a realização do curso, contando com dependências para acolhimento dos alunos, salas de aula devidamente mobiliadas com cadeiras móveis e armário para organização dos materiais, sala de atendimento, salas para Gerência, Secretaria, Equipe Pedagógica e Docentes, laboratórios de informática, bibliotecas com o acervo contendo os títulos da bibliografia básica, computadores conectados à Internet e outros equipamentos, como, televisão, vídeo/DVD, e data show.

A infraestrutura específica, necessária para o desenvolvimento das unidades curriculares do curso estão especificados no quadro a seguir:

<b>TÉCNICO EM PRODUÇÃO DE MODA – RELAÇÃO DE INFRAESTRUTURA POR UNIDADE CURRICULAR</b>			
<b>UNIDADE CURRICULAR</b>	<b>CH</b>	<b>AMBIENTE</b>	<b>MÁQUINAS, EQUIPAMENTOS, FERRAMENTAS E INSTRUMENTOS</b>
Fundamentos da Moda	40	Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
			Revistas, publicações e aplicativos (WGSN)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
Laboratório de informática	AVA		
Introdução à tecnologia da comunicação e informação	40	Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			AVA
Fundamentos da produção de moda	62	Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
			Revistas, publicações e aplicativos (WGSN)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
Laboratório de informática	AVA		
Saúde e segurança no trabalho	12	Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			AVA
Introdução à qualidade e produtividade	16	Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			AVA
Introdução à indústria 4.0	24	Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			AVA

		Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet AVA
Introdução ao desenvolvimento de projetos	12	Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
			Revistas, publicações e aplicativos (WGSN)
Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet AVA		
Pesquisa aplicada à produção de moda	70	Laboratório de criatividade	Bancadas para trabalhos manuais com tamanho mínimo A3
			Manequins de moulage
			Manequins de vitrine
			Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
			Revistas, publicações e aplicativos (WGSN)
Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet AVA		
Sustentabilidade nos processos industriais	8	Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
			Revistas, publicações e aplicativos (WGSN)
Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet AVA		
Criatividade e ideação em projetos de inovação	16	Laboratório para práticas profissionais	Ambiente pedagógico
		Espaços maker	Bancadas para trabalhos manuais com tamanho mínimo A3
		Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
		Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet AVA
Modelagem de projetos de inovação	16	Laboratório para práticas profissionais	Ambiente pedagógico
		Espaços maker	Bancadas para trabalhos manuais com tamanho mínimo A3
		Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
		Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet AVA
Implementação de negócios inovadores	20	Laboratório para práticas profissionais	Ambiente pedagógico
		Espaços maker	Bancadas para trabalhos manuais com tamanho mínimo A3
		Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
		Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet AVA
Prototipagem de	24	Laboratório	Ambiente pedagógico

negócios inovadores		para práticas profissionais	
		Espaços maker	Bancadas para trabalhos manuais com tamanho mínimo A3
		Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
		Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet AVA
Projeto de exposição de produtos	160	Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
	Biblioteca	Exemplares com a temática moda	
		Revistas, publicações e aplicativos (WGSN)	
	Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet	
		Publicações, Sites, Aplicativos, Leis e Normas	
		Software Vetorial	
		Software de Edição de Imagens	
	Espaço para exposição	Manequins e outros elementos de cena	
Laboratório de criatividade	Bancadas para trabalhos manuais com tamanho mínimo A3		
Kit de produção de moda	Passadoria (tábua, ferro de passar à vapor e vaporizador/steamer)		
Composição visual e estilo I	80	Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
	Revistas, publicações e aplicativos (WGSN)		
Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet Publicações, Sites, Aplicativos, Leis e Normas		
Kit de coloração pessoal	Circulo cromático, bandeiras de análise de coloração (método tonal ou sazonal expandido), baralhos de estilo...		
Composição visual e estilo II	80	Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
	Revistas, publicações e aplicativos (WGSN)		
Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet Publicações, Sites, Aplicativos, Leis e Normas		
Kit de coloração pessoal	Circulo cromático, bandeiras de análise de coloração (método tonal ou sazonal expandido), baralhos de estilo...		
Projetos de imagem de moda	160	Estúdio de áudio, vídeo e fotografia	Fundo infinito, rebatedor/difusor, tripé de câmeras, câmeras, equipamentos de iluminação, ...
		Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
			Revistas, publicações e aplicativos (WGSN)
Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet Publicações, Sites, Aplicativos, Leis e Normas		

Projeto executivo de comunicação de moda	80	Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
			Revistas, publicações e aplicativos (WGSN)
		Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet
Projetos de desfiles de moda	80	Sala de aula	Kit multimídia (projektor, caixa de som e tela de projeção)
			Computador com pacote Office e acesso à internet
			Quadro branco
		Biblioteca	Exemplares com a temática moda
			Revistas, publicações e aplicativos (WGSN)
		Laboratório de informática	Computador com pacote Office e acesso à internet
			Software específicos: Vetorial, Edição de vídeo, animação 3D, Gestão e Edição de Imagens
			Softwares: Corel Draw, Photoshop, Blender, CLO 3D, Pacote Office
			Publicações, Sites, Aplicativos, Leis e Normas
		Espaços maker	Bancadas para trabalhos manuais com tamanho mínimo A3
		Espaço para desfile	Ambiente pedagógico (espelhos, cadeiras, mesas de apoio, araras e cabides, kit de produção de moda, passadoria para produção de moda (tábua de passar, ferro a vapor, vaporizador/steamer))

## 10. QUALIFICAÇÃO DOS INSTRUTORES E EQUIPE TÉCNICA-ADMINISTRATIVA

A condução do curso nos níveis administrativo, pedagógico e técnico contará com equipe escolar constituída por Gerente da Unidade Operacional, Orientadores Educacionais ou Pedagogo(a)s, Secretário Escolar, além do pessoal de apoio administrativo.

O corpo docente está adequado às exigências da legislação vigente, destacando-se, dentre as características que compõem o seu perfil, à significativa experiência no campo tecnológico da ocupação, conforme quadro a seguir:

<b>TÉCNICO EM PRODUÇÃO DE MODA</b>			
<b>UNIDADE CURRICULAR</b>	<b>CH</b>	<b>PERFIL PROFISSIONAL DOCENTE</b>	
		<b>EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL</b>	<b>FORMAÇÃO</b>
Fundamentos da Moda	40	Ter trabalhado como Design de moda e/ou produtor de moda por pelo menos 2 anos.	Design de moda – Especialização, superior e afins.
Introdução à tecnologia da comunicação e informação	40	Ter trabalhado com educação profissional e linguagem por pelo menos 2 anos.	Graduação em pedagogia, letras e afins.
Fundamentos da produção de moda	62	Ter trabalhado como Design de moda e/ou produtor de moda por pelo menos 2 anos.	Design de moda – Especialização, superior e afins.
Saúde e segurança no trabalho	12	Na área de Segurança e Gestão.	Graduação em administração, especialização em Segurança no trabalho e áreas afins.
Introdução à qualidade e produtividade	16	Na área de Gestão e Produção.	Graduação em administração; Engenharia de produção e áreas afins.
Introdução à indústria 4.0	24	Na área de Gestão.	Graduação em administração e áreas afins.
Introdução ao desenvolvimento de projetos	12	Na área de Gestão e Produção.	Graduação em administração; Engenharia de produção e áreas afins.
Pesquisa aplicada à produção de moda	70	Ter trabalhado como Design de moda e/ou produtor de moda por pelo menos 2 anos.	Design de moda – Especialização, superior e afins.
Sustentabilidade nos processos industriais	8	Na área de Gestão e Produção.	Graduação em administração; Engenharia de produção e áreas afins.
Criatividade e ideação em projetos de inovação	16	Ter trabalhado como Design de moda e/ou produtor de moda por pelo menos 2 anos.	Design de moda – Especialização, superior e afins.
Modelagem de projetos de inovação	16	Ter trabalhado como Design de moda e/ou produtor de moda por pelo menos 2 anos.	Design de moda – Especialização, superior e afins.
Implementação de negócios inovadores	20	Ter trabalhado como Design de moda e/ou produtor de moda por pelo menos 2 anos.	Design de moda – Especialização, superior e afins.
Prototipagem de negócios inovadores	24	Ter trabalhado como Design de moda e/ou produtor de moda por pelo menos 2 anos.	Design de moda – Especialização, superior e afins.
Projeto de exposição de produtos	160	Ter trabalhado como Design de Visual Merchandising e Vitrines para o segmento Moda por pelo menos 2 anos.	Design de moda – Especialização em Visual Merchandising e Vitrines. Arquiteto com especialização em Visual Merchandising e Vitrines.

Composição visual e estilo I	80	Ter trabalhado como Consultora de imagem e estilo por pelo menos 2 anos.	Design de moda – Especialização em consultoria de imagem e estilo e afins
Composição visual e estilo II	80	Ter trabalhado como Consultora de imagem e estilo por pelo menos 2 anos.	Design de moda – Especialização em consultoria de imagem e estilo e afins
Projetos de imagem de moda	160	Ter trabalhado como fotógrafo de moda por pelo menos 2 anos.	Jornalista, fotografado com especialização em imagens para segmento moda.
Projeto executivo de comunicação de moda	80	Ter trabalhado como assessor de comunicação em empresas do segmento Moda por pelo menos 2 anos.	Jornalista e/ou Design de moda e/ ou Técnico em Produção de Moda
Projetos de desfiles de moda	80	Ter trabalhado como produtos de eventos de moda em pelo menos 10 eventos.	Design de moda e/ ou Técnico em Produção de Moda

Poderão ainda ser admitidos, em caráter excepcional, profissionais na seguinte ordem preferencial:

- Na falta de licenciados, os graduados na correspondente área profissional ou de estudos;
- Na falta de profissionais graduados em nível superior nas áreas específicas, profissionais graduados em outras áreas e que tenham comprovada experiência profissional na área do curso;
- Na falta de profissionais graduados, técnicos de nível médio na área do curso, com comprovada experiência profissional na área;
- Na falta de profissionais com formação técnica de nível médio e comprovada experiência profissional na área, outros reconhecidos por sua notória competência e, no mínimo, com ensino médio completo.

## 11. CERTIFICADOS E DIPLOMAS

Certificação e Diplomação são processos distintos que resultam da conclusão de etapas formativas de um curso.

- Quando o estudante conclui todos os semestres letivos de um curso técnico, com aproveitamento satisfatório em todas as unidades curriculares, prossegue-se com o processo de diplomação, que consiste na emissão e registro de um diploma de técnico de nível médio.
- Quando o estudante conclui apenas semestres letivos relacionados a qualificações técnicas profissionais intermediárias, é realizado o processo de certificação de saídas intermediárias, que consiste na emissão de certificados de qualificação técnica.

No quadro a seguir são explicitadas as possibilidades de certificação e diplomação, de acordo com as etapas formativas do curso concluídas pelo estudante:

CERTIFICAÇÕES				
SEMESTRES CONCLUÍDOS	TIPO DE CERTIFICAÇÃO	CBO	TÍTULO DA CERTIFICAÇÃO	CH
1º semestre	Qualificação Técnica (saída intermediária)	3751-25	Personal Stylist	476
2º semestre as unidades curriculares: Modelagem de projetos de inovação- 16h				
3º semestre a unidade curricular: Composição visual e estilo II- 80 h				
1º semestre	Qualificação Técnica (saída intermediária)	3751-10	Vitrinista	460
2º semestre a unidade curricular: Projetos de Exposição de produtos 160 h				
1º semestre	Diploma de Técnico em Produtor de Moda	3191-10	Técnico em Produção de Moda	1000
2º semestre				
3º semestre				
1º semestre	Diploma de Técnico em Produtor de Moda	3191-10	Técnico em Produção de Moda	1100
2º semestre				
3º semestre				
Estágio Supervisionado Opcional				

O aluno que não concluir o curso, e que não for aprovado em nenhum conjunto de semestres correspondente a uma Qualificação Intermediária, poderá retirar apenas declaração de conclusão das unidades curriculares em que foi aprovado, ciente de que tais declarações não configuram certificação ou qualquer outro documento que o habilite ao exercício profissional.