



Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

PELO FUTURO DO TRABALHO

**SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL
DEPARTAMENTO REGIONAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE EDUCAÇÃO E TECNOLOGIAS CLÓVIS MOTTA**

PLANO DE CURSO

TÉCNICO EM DESIGN DE MODA

Eixo Tecnológico

PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN

Natal / RN

Agosto / 2023

CENTRO DE EDUCAÇÃO E TECNOLOGIAS CLÓVIS MOTTA

TÉCNICO EM DESIGN DE MODA

Eixo Tecnológico:
PRODUÇÃO CULTURAL DESIGN

Natal / RN
Agosto / 2023

**FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE -
FIERN**

Amaro Sales de Araújo

Presidente

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL - SENAI

Rodrigo Diniz de Mello

Diretor Regional

Emerson da Cunha Batista

Diretor de Operações

UNIDADE DE EDUCAÇÃO E TECNOLOGIAS – UNIET

Simone Medeiros de Oliveira

Gerente

CENTRO DE EDUCAÇÃO E TECNOLOGIAS CLÓVIS MOTTA – CETCM

Amora Vieira Cavalcante

Diretora

Elaboração:

Este Plano de Curso foi concebido com base no Itinerário Formativo Nacional da área do Vestuário (versão 2022) e validado pela equipe técnico-pedagógica do CTGAS-ER do SENAI RN.

Participantes:

Anaclecia Gonçalves Pereira Moura – DR/RN - UNIET

Jéssica de Lima Torreão Cerejeira

Geiza Cristina de Carvalho Revorêdo

Normalização

Caio Cesar Delfino Cunha

Nele Nelson Machado

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	6
1. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO.....	7
2. JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS.....	8
2.1. JUSTIFICATIVA	8
2.2. JUSTIFICATIVA	12
2.3. OBJETIVOS	12
2.3.1. OBJETIVO GERAL	12
2.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
3. REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO.....	13
4. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO	14
4.1. Competência Geral.....	14
4.2. Descrição das Funções	14
4.2.1. Relação das Funções	14
4.2.2. Descrição das Funções	15
4.3. Competências Socioemocionais.....	17
5. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR	18
5.1. Matriz Curricular do Técnico em Design de Moda	20
5.2. Itinerário Formativo do Técnico em Design de Moda.....	21
5.3. ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS	22
5.4. EMENDAS DAS UNIDADES CURRICULARES	24
5.5. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC OU ESTÁGIO SUPERVISIONADO OU PRÁTICA PROFISSIONAL NA EMPRESA OU SAGA SENAI DE INOVAÇÃO OU SAEP	69
5.5.1. Trabalho de Conclusão de Curso - TCC	69
5.5.2. Estágio Supervisionado ou Prática Profissional na Empresa	69
5.5.3. Saga SENAI de Inovação	71
5.5.4. Sistema de Avaliação da Educação Profissional – SAEP.....	71
6. CRITÉRIO DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES.....	72
7. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO.....	73
7.1. CONTROLE DE FREQUÊNCIA.....	75
7.2. DA PROMOÇÃO	75
7.3. DA RECUPERAÇÃO	76

8.	BIBLIOTECA, INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS	76
9.	PERFIL DO PESSOAL TÉCNICO E DOCENTE.....	82
9.1.	PERFIL DO PESSOAL DE DOCENTE E TÉCNICO	83
9.2.	PERFIL DO PESSOAL DE APOIO ADMINISTRATIVO.....	83
10.	CERTIFICADOS E DIPLOMAS	84
11.	PRAZO DE INTEGRALIZAÇÃO DO CURSO.....	85
	REFERÊNCIAS.....	86

APRESENTAÇÃO

O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI, Departamento Regional do Rio Grande do Norte, por meio deste documento apresenta o Plano de Curso Técnico em Design de Moda, na modalidade presencial, no Eixo Tecnológico Produção Cultural e Design contemplado no Catálogo Nacional de Cursos Técnicos - 4ª edição, que estabelece as diretrizes técnico-didático-pedagógicas referente às ações para a habilitação profissional técnica de nível médio da referida ocupação, as quais serão desenvolvidas pelo Centro de Educação e Tecnologias Clóvis Motta – CETCM, sediado na cidade de Natal/RN.

Obedecendo à legislação vigente, fundamenta-se na Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional nº 9.394/1996 – LDB – que faz em seus artigos de nº 39 a 42, atendendo às demandas da nova legislação Lei nº 13.415 de 2017 especial menção à Educação Profissional e Tecnológica, seguindo-se à referida lei um conjunto de regulamentações como a Resolução CNE/CEB nº 3/2018, Resolução CNE/CP nº 04/2018, Portaria nº 12.432 de 2018 – Referenciais dos Itinerários, Parecer CNE/CEB 17/97, Parecer 16/99, Parecer CNE/CEB 11/12, os Referenciais Curriculares para a Educação Profissional de Nível Técnico.

A estrutura educacional do SENAI para o desenvolvimento das competências estabelecidas neste curso ocorreu mediante processo ensino-aprendizagem, planejamento consistente com diretrizes e coordenação técnico-pedagógica que permitem uma ação sistematizada, com currículos, metodologias de ensino, materiais didáticos e tecnologias que integram rede de reconhecimentos, dispendo de oportunidades para colocação dos jovens no mercado de trabalho e trabalhadores que almejam uma melhor colocação. O curso visa capacitar profissionais qualificados que atendam todas as demandas relacionadas ao setor industrial têxtil-vestuário, enfatizando a importância da criatividade e da criação de moda.

A habilitação técnica proposta, estabelecida no perfil profissional do Comitê Técnico Nacional com cem por cento de sua adesão pela Equipe de especialistas do SENAI – CETCM, coloca em oferta o Curso Técnico em Design de Moda para ser realizada por qualquer unidade SENAI-DR/RN, desde que devidamente autorizada.

Convém ressaltar que o SENAI, pela Lei nº 12.513/2011, tem autonomia para criação de cursos e programas de Educação Profissional e técnica, com autorização do órgão colegiado superior do respectivo departamento regional do SENAI RN.

IDENTIFICAÇÃO DA INSTITUIÇÃO

Razão Social:	SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
Nome da fantasia:	Centro de Educação e Tecnologias Clóvis Motta
Endereço:	Av. Capitão-Mor Gouveia, 2770- Lagoa Nova,
Cidade:	Natal
UF:	RN – Brasil
BOLSO:	CEP 59063-400
Telefone/Fax:	Fone: (84) 3204-8100 / 3204-8000
Site do SENAI:	https://www.rn.senai.br/

1. IDENTIFICAÇÃO DO CURSO

Habilitação:	Técnico de Nível Médio em Design de Moda
Área Tecnológica:	Vestuário
Eixo Tecnológico:	Produção Cultural e Design
Código da CBO:	2624-25
Modalidade:	Presencial
Carga Horária total:	1300h
Fase Escolar:	1260h
TCC ou Estágio ou Prática Profissional:	40h
Itinerário Nacional (Versão):	2022
CNCT MEC (Versão):	2020 (4ª edição)
Tempo de vigência do curso:	04 anos
Resolução do CR SENAI:	N. 26, de 31 de agosto de 2023.

2. JUSTIFICATIVA E OBJETIVOS

2.1. JUSTIFICATIVA

No cenário atual, a indústria têxtil e de moda no Rio Grande do Norte enfrenta desafios e oportunidades em um mercado cada vez mais dinâmico e globalizado. O impacto e a influência do setor têxtil e de confecções na economia do Rio Grande do Norte (RN) se revelam expressivos e substanciais. Com efeito, essa indústria desempenha um papel significativo, contribuindo de maneira notável para o Produto Interno Bruto (PIB) do estado. Atualmente, o setor têxtil e de confecções responde por cerca de 4,5% do PIB do RN, o que denota sua importância como um componente vital do panorama econômico regional (FIERN, 2022).

Esse impacto econômico não se limita apenas a números, mas também se reflete na geração de empregos e na dinâmica do mercado de trabalho local. De fato, mais de 20 mil postos de trabalho são criados pela indústria têxtil e de confecções no estado. Esses empregos abrangem uma variedade de funções, desde a produção de matérias-primas até a confecção final de roupas e acessórios. Essa extensa rede de emprego se traduz em uma contribuição significativa para a força de trabalho do RN, beneficiando tanto os trabalhadores quanto suas famílias e a economia em geral (FIERN, 2022).

É importante também salientar a presença ativa e diversificada dessa indústria no estado. Com aproximadamente 570 estabelecimentos dedicados ao setor têxtil e de confecções, o RN abriga uma ampla gama de empresas que desempenham papéis diversos em toda a cadeia produtiva. Essa variedade de estabelecimentos engloba desde pequenas oficinas de costura até empresas de maior porte, abarcando diferentes etapas do processo de produção. Essa rica tapeçaria de empreendimentos evidencia a vitalidade e a resiliência desse setor no contexto econômico do estado. Em síntese, o setor têxtil e de confecções não apenas desempenha um papel expressivo no Produto Interno Bruto do Rio Grande do Norte, mas também atua como um motor de criação de empregos e dinamismo econômico. Com uma ampla gama de estabelecimentos e funções, essa indústria exerce uma influência marcante na vida dos cidadãos e no desenvolvimento socioeconômico da região (FIERN, 2022).

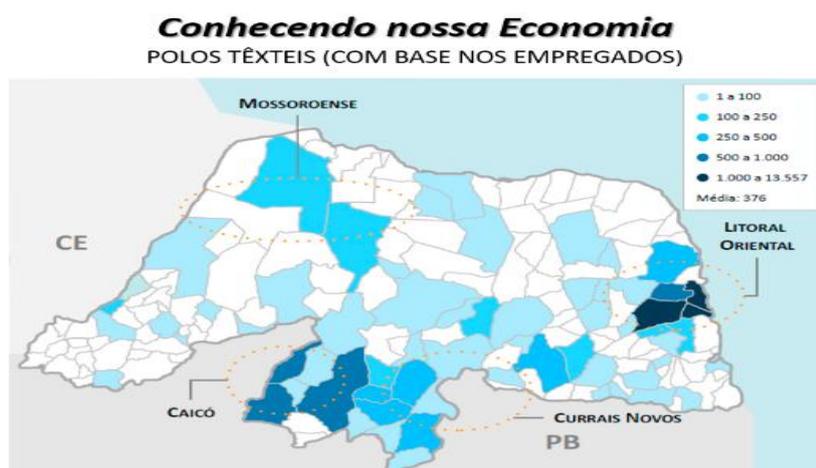
Diante da positividade da área do vestuário em emprego e renda, quatro microrregiões do nordeste da área de atuação do Banco do Nordeste, destacam-se dentre as 30 primeiras posições do ranking nacional com a maior remuneração dos trabalhadores da indústria do vestuário em 2021, Fortaleza CE), Natal (RN), Alto Capibaribe (PE) e Vale do Ipojuca (PE). O que reflete cada vez mais a importância da atividade econômica no nosso Estado.

Tabela 6 – Microrregiões geográficas do Brasil – ranking nacional dos 30 maiores valores de remuneração do trabalhador na indústria de vestuário – 2021

Ranking nacional	Microrregião geográfica	UF	Valores de remuneração (R\$)
1	SÃO PAULO	SP	117.117.580
2	BLUMENAU	SC	100.859.978
3	FORTALEZA	CE	47.261.628
4	JOINVILLE	SC	45.926.891
5	RIO DE JANEIRO	RJ	37.290.757
6	RIO DO SUL	SC	21.079.992
7	CRICIÚMA	SC	17.856.107
8	ARARAQUARA	SP	17.530.446
9	GOIÂNIA	GO	17.113.727
10	NOVA FRIBURGO	RJ	15.423.846
11	NATAL	RN	15.163.483
12	APUCARANA	PR	13.564.980
13	ITAJAÍ	SC	13.256.679
14	JUIZ DE FORA	MG	13.048.318
15	CAMPINAS	SP	11.684.528
16	BELO HORIZONTE	MG	10.754.569
17	CAXIAS DO SUL	RS	9.879.101
18	CHAPECÓ	SC	9.608.737
19	ALTO CAPIBARIBE	PE	9.513.520
20	CIANORTE	PR	9.261.364
21	MARINGÁ	PR	8.177.908
22	POÇOS DE CALDAS	MG	8.174.244
23	TUBARÃO	SC	8.119.197
24	VALE DO IPOJUCA	PE	7.827.503
25	SOROCABA	SP	7.800.901
26	DIVINÓPOLIS	MG	7.619.534
27	OURINHOS	SP	7.371.788
28	PORTO ALEGRE	RS	7.015.975
29	ARARANGUÁ	SC	6.838.668
30	FRANCISCO BELTRÃO	PR	6.580.082

É importante também ressaltar que a região do Seridó apresenta um grande potencial para o desenvolvimento futuro do estado no setor do vestuário, onde abriga mais de 120 oficinas de costura e empresas de pequeno porte formalizadas.

Com base nas informações, esse polo têxtil emprega quase 2.900 trabalhadores, oferecendo não apenas oportunidades de trabalho, mas também direitos sociais e benefícios para a comunidade local (FIERN, MaisRN, 2023).



Diante desse contexto de crescimento, é imprescindível que a indústria têxtil e de moda do Rio Grande do Norte esteja preparada para enfrentar os desafios e aproveitando as novas oportunidades de crescimento, bem como também a impulsionar a formação de profissionais especializados em áreas como design de moda, modelagem, corte e costura.

O SENAI/RN, por meio do Centro de Educação e Tecnologias Clóvis Motta, propõe a oferta do curso Técnico em Design de Moda – Eixo produção cultural e design, estrutura o curso na modalidade presencial com a intenção de atender as especificidades de formação na área e garantir a competitividade do profissional no mercado com a mediação de profissionais com grandes experiências no mercado de Moda. O SENAI Clóvis Motta vem escrevendo histórias com turmas na área de moda desde 2014, onde ao longo do tempo, formou mais de 700 alunos com cursos de curta e longa duração nas áreas têxtil e moda.

A indústria de moda além da qualificação dos profissionais, também precisa acompanhar as tendências e inovações do setor, como a busca por produtos sustentáveis e a incorporação de tecnologias avançadas em seus processos

produtivos. A sustentabilidade tem se tornado uma preocupação crescente para os consumidores, o que exige que as empresas adotem práticas mais responsáveis e éticas, tanto em relação aos materiais utilizados quanto às condições de trabalho.

A digitalização também desempenha um papel importante na transformação da indústria têxtil e de moda. A implementação de tecnologias como a impressão 3D, a realidade aumentada e a inteligência artificial trazem benefícios significativos, como maior personalização, eficiência e redução de desperdícios. A adoção de estratégias omnichannel e a presença online também são essenciais para atender às novas demandas do consumidor moderno, que busca conveniência e experiências personalizadas.

Nesse contexto, é fundamental que as empresas do setor invistam em pesquisa e desenvolvimento, buscando novas matérias-primas sustentáveis, processos produtivos mais eficientes e designs inovadores. A colaboração entre empresas, instituições de ensino e governo também desempenha um papel importante na promoção do crescimento e na superação dos desafios da indústria têxtil e de moda.

Além disso, é necessário destacar a importância da promoção e divulgação dos produtos e marcas do Rio Grande do Norte tanto no mercado nacional quanto internacional. A participação em feiras, eventos e plataformas digitais de comércio eletrônico pode ajudar a aumentar a visibilidade das empresas e abrir portas para novas oportunidades de negócios.

Por fim, a indústria têxtil e de moda do Rio Grande do Norte enfrenta um ambiente de constantes mudanças e desafios, mas também possui um grande potencial de crescimento e contribuição para a economia local. Com a adoção de estratégias voltadas para a sustentabilidade, inovação e colaboração, as empresas têm a oportunidade de se destacar no mercado, conquistar novos clientes e impulsionar o desenvolvimento do setor no estado.

Dessa forma, o futuro da indústria têxtil e de moda do Rio Grande do Norte depende da capacidade das empresas em se adaptarem às demandas do mercado, da formação do profissional de caráter acadêmico voltada para a compreensão e atendimento das realidades profissionais apresentadas especialmente pelo mercado do nordeste brasileiro.

2.2. JUSTIFICATIVA

2.3. OBJETIVOS

2.3.1. OBJETIVO GERAL

Formar profissionais com habilitação técnica na área de moda dotados de capacidades básicas, técnicas e socioemocionais para atuarem conforme demanda local, regional ou nacional, refletida no contexto atual da região Nordeste como sendo um grande polo *fashion*, *em crescimento de visibilidade, com vista na inovação, tecnologias, sustentabilidade, design e marcas locais*.

Capacitar profissionais para desempenhar atividades de designer de moda no atual mercado de trabalho pelo constante desenvolvimento tecnológico, intensificando a contribuição de mão-de-obra especializada para o crescimento e desenvolvimento da indústria têxtil e de moda, tanto em âmbito local quanto global.

Desenvolver projetos e coleções que proporcione ao aluno a expressão da sua identidade quanto a criatividade e personalidade, para construção de um portfólio sólido e diferenciado, a partir de seus objetivos, aspirações, habilidades que possa ser destaque no mercado de trabalho.

2.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proporcionar conhecimentos e capacidades básicas, técnicas e socioemocionais atribuídos a formação do técnico em Designer de Moda, para atender as demandas do mercado com inovações tecnológicas aplicadas ao segmento têxtil.
- Desenvolver habilidades nos profissionais da área de moda ampliando a criatividade na solução de problemas, participando ativamente de novos produtos e processos tecnológicos para o desenvolvimento produtivos do vestuário em âmbito local, nacional ou internacional.

- Empreender projetos precisos na indústria da moda para a confecção de peças de vestuário, utilizando tecnologias e softwares, de acordo com suas próprias criações ou projetos demandados pelos clientes.
- Introduzir conceitos de sustentabilidade e responsabilidade social na indústria da moda, sensibilizando os alunos para a importância da produção e consumo conscientes, do uso de materiais sustentáveis e da redução do impacto ambiental.
- Proporcionar experiências práticas por meio projetos de moda, visitas técnicas e estudo de casos, aproximando os alunos do contexto profissional e estimulando a aplicação dos conhecimentos adquiridos durante o curso.
- Capacitar profissionais para gerenciar seu próprio negócio na área da moda, atuando de forma eficiente, com qualidade e sustentabilidade, tendo como desafio as transformações do mercado da moda, com foco nas características culturais e preferências dos consumidores.
- Fomentar o trabalho em equipe, a comunicação eficaz e o pensamento crítico, habilidades essenciais para o sucesso na indústria da moda, que envolve colaborações entre designers, estilistas, modelistas, costureiros e outros profissionais.
- Promover a comunicação eficaz de produtos e serviços de moda, utilizando estratégias alinhadas aos critérios estabelecidos pela empresa e ao perfil do público consumidor, com ênfase nas normas técnicas, saúde e segurança no trabalho, princípios de gestão da qualidade e sustentabilidade.

3. REQUISITOS E FORMAS DE ACESSO

O Curso Técnico em Design de Moda, na modalidade presencial, deverá atender aos requisitos conforme as modalidades da oferta:

a) Aprendizagem Técnica:

- comprovar idade mínima de 16 anos, no ato da matrícula;
- comprovar declaração de matrícula no 2º ano do Ensino Médio ou conclusão do Ensino Médio.

b) Habilitação Técnica de Nível Médio:

Protocolo online Nº	Página
3741/2023	13

- Forma subsequente: Ensino Médio concluído;
- Forma concomitante: Estar cursando o 2º ano do Ensino Médio;

No tocante às formas de acesso, o ingresso no curso técnico na modalidade presencial, é feito por processo de preenchimento de vagas, em prazos estabelecidos no calendário da unidade escolar.

Inscrições por meio de processo seletivo, quando aplicável, obedecerão aos critérios estabelecidos em demandas decorrentes de programas de formação, convênios ou parcerias, sendo este processo de responsabilidade do parceiro.

Quando da ocorrência de vagas para reingresso, a unidade operacional poderá abrir matrícula nas disciplinas de seus cursos, em períodos estabelecidos no calendário da unidade, aos alunos que desejam retornar ao seu curso e que tenham aproveitamento de disciplinas para prosseguir estudos e instruído com o comprovante de respectiva mensalidade dos encargos educacionais.

4. PERFIL PROFISSIONAL DE CONCLUSÃO

4.1. Competência Geral

Desenvolver projetos de produtos de moda, gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda e promover a comunicação de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e cultura dos consumidores, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade.

4.2. Descrição das Funções

4.2.1. Relação das Funções

Função 1	Desenvolver projetos de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e cultura dos consumidores, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade
Função 2	Gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa, seguindo

	normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade, e com a cultura dos consumidores.
Função 3	Promover a comunicação de produtos e serviços de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e pelo público consumidor, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade.

4.2.2. Descrição das Funções

Função 1 :Desenvolver projetos de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e cultura dos consumidores, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade.	
Subfunção	Padrões de Desempenho
<ul style="list-style-type: none"> Elaborar projeto de pesquisas para criação de produtos de moda 	<ul style="list-style-type: none"> Considerando o briefing da pesquisa e ou a demanda da empresa Considerando métodos e técnicas de pesquisa, e fontes e temas relevantes ao campo da moda
<ul style="list-style-type: none"> Realizar pesquisas para criação de produtos de moda 	<ul style="list-style-type: none"> Considerando o projeto de pesquisa Considerando as Técnicas para análise das informações coletadas e construção dos dados da pesquisa
<ul style="list-style-type: none"> Projetar produtos de moda 	<ul style="list-style-type: none"> Considerando o Briefing da empresa e os resultados da pesquisa para criação de Produtos de Moda Considerando as informações do planejamento estratégico da empresa Considerando a utilização de novos materiais e ou de novas tecnologias de projeto, processos, produtos e serviços em função dos critérios do projeto Considerando as Normas Técnicas e Regulamentadoras de gestão da qualidade e de sustentabilidade Considerando os procedimentos da empresa para especificação técnica de produtos

Função 2: Gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade, e com a cultura dos consumidores.

Subfunção	Padrões de Desempenho
<ul style="list-style-type: none"> • Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda 	<ul style="list-style-type: none"> • Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda • Considerando os dados antropométricos, as especificidades do público consumidor e os requisitos da empresa • Considerando os métodos e as técnicas de modelagem/prototipagem de produto de moda de acordo com as especificações técnicas e padrões estabelecidos pela empresa • Considerando os procedimentos da empresa para especificação técnica de produtos • Garantindo a adequação do protótipo do produto de moda aos critérios do projeto e parâmetros estabelecidos pela empresa
<ul style="list-style-type: none"> • Apoiar tecnicamente a produção de produtos de moda 	<ul style="list-style-type: none"> • Considerando a capacidade produtiva da empresa/fornecedor de acordo com o projeto de produto de moda • Seguindo as especificações da Ficha Técnica/produção e da peça piloto de acordo com os padrões de qualidade estabelecidos pela empresa

Função 3: Promover a comunicação de produtos e serviços de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e pelo público consumidor, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade.

Subfunção	Padrões de Desempenho
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar briefing para projetos de comunicação de produtos e serviços de moda 	<ul style="list-style-type: none"> • Considerando o projeto de produtos de moda a ser comunicado e os parâmetros estabelecidos pela empresa • Considerando as especificidades dos canais de comunicação e a cultura dos públicos de interesse
<ul style="list-style-type: none"> • Apoiar a elaboração de projetos de comunicação de produtos e serviços de 	<ul style="list-style-type: none"> • Considerando o briefing do projeto • Considerando as normas técnicas e legais relativas a ambientes públicos e privados, direitos

moda	<p>de uso de imagem, de áudio, propriedade intelectual e do mundo digital e de segurança do trabalho</p> <ul style="list-style-type: none"> • Considerando os recursos humanos, físicos, materiais e financeiros necessários, de acordo com briefing • Considerando as especificidades dos canais de comunicação e a cultura dos públicos de interesse
<ul style="list-style-type: none"> • Viabilizar a execução de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda 	<ul style="list-style-type: none"> • Considerando as normas técnicas e legais relativas a ambientes públicos e privados, direitos de uso de imagem, de áudio, propriedade intelectual e do mundo digital e de segurança do trabalho • Considerando as especificidades dos canais de comunicação e a cultura dos públicos de interesse • Considerando os resultados de avaliação do projeto de comunicação de produtos e serviços de moda, de acordo com os requisitos do projeto e os parâmetros estabelecidos pela empresa • Considerando o projeto de comunicação de produto e ou serviço de moda e os parâmetros estabelecidos pela empresa

4.3. Competências Socioemocionais

- Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade;
- Demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas;
- Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais;
- Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação;
- Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais;
- Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a qualidade técnica de produtos e serviços

- Distinguir os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade.

5. ORGANIZAÇÃO CURRICULAR

O currículo do curso Técnico em Design de Moda está pautado nos princípios da flexibilidade, interdisciplinaridade e contextualização, em consonância com a Metodologia SENAI de Educação Profissional.

O itinerário formativo esta estrutura em 05 módulos, sendo 01 (um) básico, 01 (um) introdutório e 3 (três) módulos específicos, acompanhado de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC ou Estágio Supervisionado de 40 horas, perfazendo um total de 1.300 horas, Há ainda, cursos com atividades não presenciais desenvolvidas de forma concomitante às demais unidades componentes itinerário, ofertados em caráter complementar e optativo à formação técnica, as quais visam preparar o profissional em formação para inserção no mercado de trabalho e apresentar as competências socioemocionais.

Os Módulos são conjuntos didático-pedagógicos sistematicamente organizados para o desenvolvimento das competências profissionais estabelecidas no perfil. São integrados por unidades curriculares.

As Unidades Curriculares são unidades pedagógicas que articulam os conteúdos formativos, numa visão interdisciplinar, com vistas ao desenvolvimento das competências indicadas no perfil profissional. Para cada unidade curricular, os conteúdos formativos são compostos por fundamentos técnicos e científicos ou capacidades técnicas, capacidades sociais, organizativas e metodológicas, conhecimentos, habilidades e atitudes.

As Unidades Curriculares são unidades pedagógicas que articulam os conteúdos formativos, numa visão interdisciplinar, com vistas ao desenvolvimento das competências indicadas no perfil profissional. Para cada unidade curricular, os conteúdos formativos são compostos por fundamentos técnicos e científicos ou capacidades técnicas, capacidades sociais, organizativas e metodológicas, conhecimentos, habilidades e atitudes.

O módulo básico é de caráter geral, composto por bases científicas relacionadas as capacidades básicas e as capacidades socioemocionais, e constitui pré-requisito para o desenvolvimento do módulo introdutório e específicos, possibilitando o prosseguimento de estudos, e não possui terminalidade. O módulo é composto por 05 unidades curriculares: Tecnologias da comunicação, Sociedade, cultura e moda, Metodologia Científica, Fundamentos do design de moda e Tecnologias da comunicação, num total de 390 horas.

O Módulo Introdutório é composto por 03 (três) unidades curriculares: Tecnologias digitais, Fundamentos de Pesquisa de Mercado e Moda e Fundamentos da Produção de Produtos de Moda, totalizando 280h, e não possui terminalidade. Esse módulo será composto por capacidades básicas e capacidades socioemocionais e assume caráter de pré-requisito para os Módulos Específicos I, II e III.

Os módulos específicos I, II e III é estruturado com base nas funções descritas no perfil profissional do Técnico em Designer de Moda, contemplando suas capacidades técnicas e socioemocionais. Cada módulo específico está diretamente relacionado com a(s) função(es) que o gerou, considerando sempre as respectivas subfunções e padrões de desempenho, mantendo, dessa forma, a integridade da função de referência.

Para o desenvolvimento das atividades previstas ao longo do curso, registra-se, conforme disposto no § 5º, Art. 26, da Resolução nº 01, de 05/01/2021 e no Art. 55 do Regimento das Unidades Operacionais do SENAI/RN, a possibilidade de realização de carga horária na modalidade presencial, por motivo de força maior, assegurado aos alunos o alcance dos objetivos de aprendizagem previstos nos planos de ensino, sendo estabelecido no Catálogo Nacional de Cursos Técnicos o limite de 20% da carga horária total do curso Técnico em Designer de Moda para esta realização.

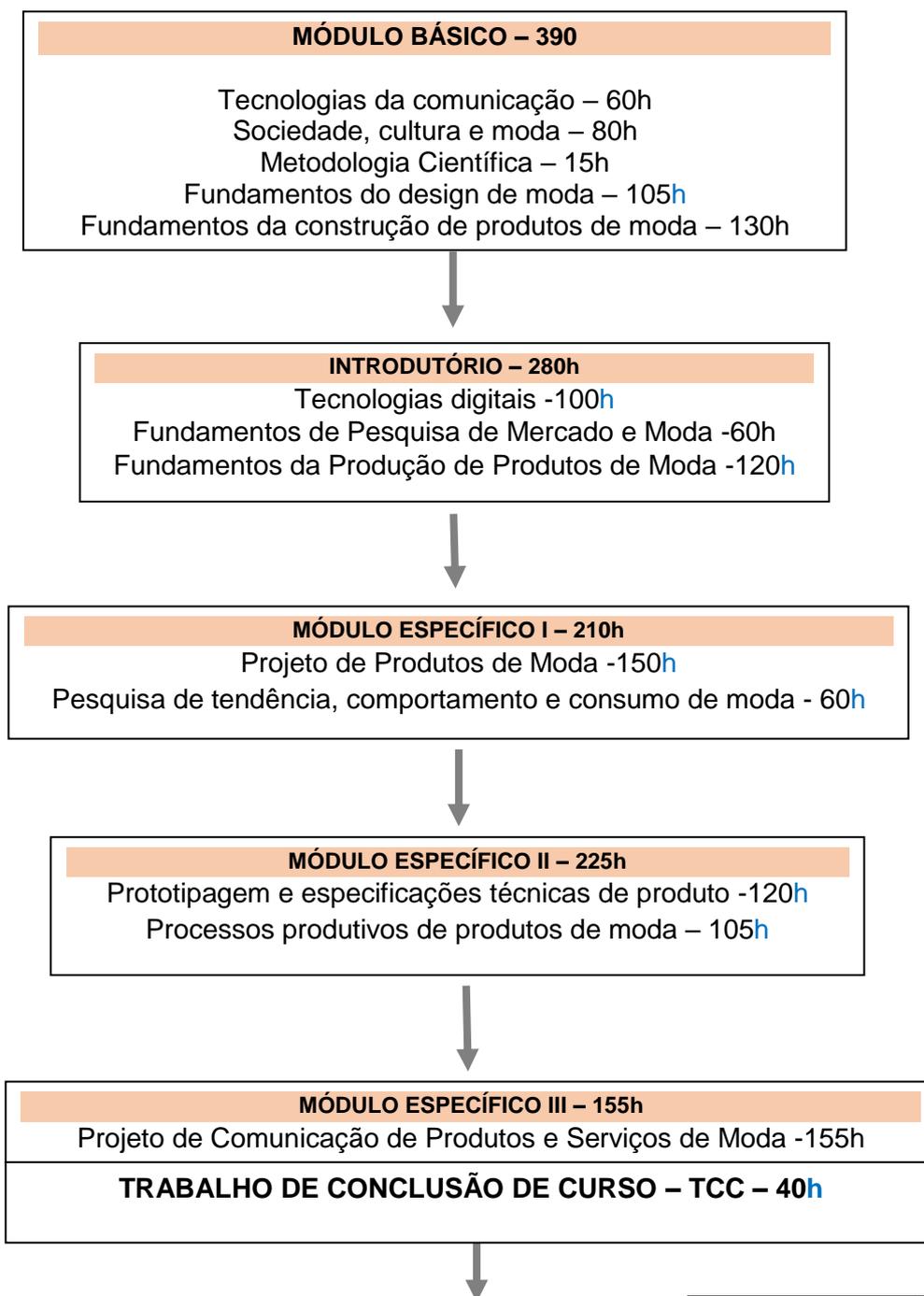
As atividades curriculares presenciais a serem substituídas por atividades remotas, quando ocorrerem, serão definidas e registradas pelo corpo técnico-docente da Unidade, bem como disponibilizados materiais de apoio e orientações aos alunos que não tiverem acesso às ferramentas digitais.

5.1. Matriz Curricular do Técnico em Design de Moda

BASE LEGAL	MÓDULOS	UNIDADES CURRICULARES	CARGA HORÁRIA
Legislação: Lei Federal nº 9.394/96 Decreto Federal Nº 5.154/04	BÁSICO 390h	Tecnologias da Comunicação	60h
		Sociedade, cultura e moda	80h
		Metodologia Científica	15h
		Fundamentos do design de moda	105h
		Fundamentos da construção de produtos de moda	130h
	INTRODUTÓRIO 280h	Tecnologias digitais	100h
		Fundamentos de Pesquisa de Mercado e Moda	60h
		Fundamentos da Produção de Produtos de Moda	120h
	ESPECÍFICO I 210h	Projeto de Produtos de Moda	150h
		Pesquisa de tendência, comportamento e consumo de moda	60h
	ESPECÍFICO II 225h	Prototipagem e especificações técnicas de produto	120h
		Processos produtivos de produtos de moda	105h
	ESPECÍFICO III 155h	Projeto de Comunicação de Produtos e Serviços de Moda	155h

	Tecnologias da Comunicação	Tecnologias da Comunicação
	TOTAL GERAL	1.300 h

5.2. Itinerário Formativo do Técnico em Design de Moda



5.3. ORIENTAÇÕES METODOLÓGICAS

O Curso Técnico em Designer de Moda está alinhado à Metodologia SENAI de Educação Profissional baseada na colaboração mútua das ações educativas para o alcance das competências propostas do curso, considerando que a mediação da aprendizagem deve ser humanizadora, positiva, construtiva e potencializadora na relação interativa entre o docente e o aluno. A Prática Pedagógica ampliada na sociedade contemporânea, se revela a uma nova categoria de conhecimento, denominada digital, que vem apresentando uma significativa velocidade de comunicação.

Os princípios da Prática Pedagógica têm como premissas as contribuições dos autores, docente e aluno, no desenvolvimento das capacidades por meio da interdisciplinaridade, mediação da aprendizagem, da aprendizagem significativa, do incentivo ao pensamento criativo e à inovação, ao incentivo ao uso de tecnologias educacionais, ao mundo do trabalho e práticas sociais, a integração entre teoria e prática, a avaliação da aprendizagem e a contextualização.

As Situações de Aprendizagem são ações didáticas que favorecerão aprendizagens significativas por meio da utilização de estratégias de aprendizagens desafiadoras e de diferentes estratégias de ensino. No âmbito da Metodologia SENAI de Educação Profissional, as estratégias promoverão a reflexão e a tomada de decisão por parte dos alunos, na busca de soluções para os desafios estabelecidos no percurso formativo.

O pensamento é sempre fruto da integração entre as dimensões cognitiva e afetiva, por sua vez, Piaget, traz importantes contribuições para a educação na medida que a sua teoria reúne um conjunto de reflexões sobre o desenvolvimento humano, que permitem, compreender como acontece a integração entre ensino e aprendizagem.

Durante o curso, serão aplicadas ferramentas tecnológicas como instrumentos facilitadores dos processos de ensino aprendizagem, alinhadas ao planejamento do conteúdo formativo, sob normas de segurança do trabalho e ambiental, conduzindo ao trabalho técnico em contexto social que ajudarão a compreender o universo das relações de trabalho.

Os profissionais responsáveis pelos processos ensino e de aprendizagem terão como referência os princípios da Prática Pedagógica adotados pela Metodologia SENAI de Educação Profissional, aliados aos desafios impostos pelo mundo do trabalho. Esses profissionais irão planejar, desenvolver e avaliar processos de ensino e da aprendizagem, conforme princípios éticos, normas, diretrizes, metodologias e procedimentos do SENAI, fortalecendo a cultura da inovação e interagindo com os distintos agentes sociais presente no contexto educacional. Tudo isso, para o desenvolvimento de competências (pela mobilização de conhecimentos, habilidades e atitudes).

Nessa perspectiva, o aluno assume o papel de protagonista da sua aprendizagem, apoiada pelo professor, que, atuando como mediador, com a responsabilidade de conduzir o processo de ensino, formando cidadãos capazes de atuar de forma eficaz em situações complexas.

O processo educacional estará alicerçado nos fundamentos da teoria sociointeracionista de Vigotsky. Nesse sentido, o curso oferecerá as condições necessárias para que o processo de aprendizagem ocorra de modo eficiente e eficaz, estruturado com processos interativos que favoreçam a construção de um ambiente de conhecimento e colaboração entre os participantes, ambiente esse em que o professor possa orientar e acompanhar o aprendizado do aluno, colaborando com a construção de novos conhecimentos, favorecendo a criação de uma aprendizagem para a autonomia, incentivando a participação ativa do aluno em seu próprio aprendizado. O acompanhamento do aluno nesse processo manterá a sensibilidade e a afetividade necessárias aos relacionamentos humanos.

Os conteúdos serão trabalhados através de metodologias diversificadas e atividades interativas, envolvendo teoria e prática, visitas técnicas e ainda utilização de softwares específicos de simulação, propiciando ao aluno a participação no processo de construção dos saberes necessários para o exercício da função.

A modalidade da aula será presencial, podendo 20% (vinte por cento) da carga horária total do curso serem realizadas a distância, conforme Resolução 06/2012 art.26 parágrafo único. As aulas serão realizadas por meio de técnicas com aulas expositivas e atividades envolvendo teoria e prática e contando com a participação do aluno na busca da construção do seu processo de formação.

Os ambientes de ensino compreenderão as indicações mínimas ou essenciais de instalações e recursos educacionais, além de contemplar máquinas, equipamentos, instrumentos, materiais de consumo e recursos informatizados.

5.4. EMENDAS DAS UNIDADES CURRICULARES

MÓDULO BÁSICO	
Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA	
Unidade Curricular: Tecnologias da comunicação	
Carga Horária: 60h	
Função	
<p>F.1: Desenvolver projetos de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e cultura dos consumidores, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade</p> <p>F.2: Gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade, e com a cultura dos consumidores</p> <p>F.: Promover a comunicação de produtos e serviços de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e pelo público consumidor, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade.</p>	
Objetivo Geral: Propiciar o desenvolvimento de fundamentos técnicos e científicos e de capacidades sociais, organizativas e metodológicas para comunicar-se nas formas escrita e oral empregando recursos computacionais, dentro do ambiente de trabalho, respeitando procedimentos e normas técnicas, de qualidade, de saúde e segurança e de meio ambiente	
CONTEÚDOS FORMATIVOS	
Capacidades Básicas	Conhecimentos
<p>Aplicar os princípios da informática na elaboração de textos básicos, apresentações, pesquisas e planilhas</p> <p>Interpretar dados e informações de textos técnicos básicos em português, inglês (normas, procedimentos, manuais, planilhas, relatórios, catálogos e desenho técnicos) relacionados ao produto de moda</p> <p>Aplicar os princípios e padrões da língua portuguesa na comunicação oral e escrita</p>	<p>1 Contexto socioeconômico</p> <p>1.1 Variáveis</p> <p>1.1.1 Pessoas</p> <p>1.1.2 Local</p> <p>1.1.3 Atividades econômicas</p> <p>1.1.4 Cultura</p> <p>1.1.5 Língua oral e escrita</p> <p>2 Proatividade</p> <p>2.1 Definição</p> <p>2.2 Pilares</p> <p>2.3 Gestão do comportamento</p> <p>2.4 Gestão do Futuro</p> <p>2.5 Gestão da incerteza</p> <p>2.6 Gestão da inovação</p> <p>3 Relações Institucionais verticais e horizontais</p> <p>3.1 Relação com pares</p> <p>3.2 Relação com líderes</p> <p>3.3 Relação com clientes internos e externos</p> <p>3.4 Relação com subordinados</p> <p>4 Ética</p>

	<p>4.1 Códigos de ética</p> <p>4.2 Ética nos relacionamentos profissionais</p> <p>4.3 Discrção</p> <p>4.4 Sigilo</p> <p>4.5 Direitos autorais</p> <p>4.6 Ética no tratamento de dados e informações: direito de imagem, privacidade, etc</p> <p>5 Inglês Técnico aplicado a área têxtil e de confecção</p> <p>5.1 Verbetes</p> <p>5.2 Uso do dicionário: inglês/ português/ inglês e inglês\ inglês</p> <p> 5.2.1 Terminologias técnicas da área</p> <p> 5.2.2 Aplicar os princípios e padrões da língua portuguesa na comunicação oral e escrita</p> <p> 5.2.3 Interpretar dados e informações de textos técnicos básicos em português, inglês (normas, procedimentos, manuais, planilhas, relatórios, catálogos e desenho técnicos) relacionados ao produto de moda</p> <p> 5.2.4 Aplicar os princípios da informática na elaboração de textos básicos, apresentações, pesquisas e planilhas</p> <p>6 Informática</p> <p>6.1 Editor de textos</p> <p> 6.1.1 Criar, abrir e salvar arquivos</p> <p> 6.1.2 Formatar páginas, parágrafos e texto</p> <p> 6.1.3 Inserir objetos, figuras e tabelas</p> <p> 6.1.4 Correção ortográfica</p> <p> 6.1.5 Marcadores</p> <p> 6.1.6 Índice</p> <p>6.2 Editor de apresentações</p> <p> 6.2.1 Criar, abrir e salvar arquivos</p> <p> 6.2.2 Inserir objetos, figuras e tabelas</p> <p> 6.2.3 Formatar slides</p> <p> 6.2.4 Animar slides</p> <p> 6.2.5 Produção de vídeo</p> <p>6.3 Editor de planilhas eletrônicas</p> <p> 6.3.1 Criar, abrir e salvar arquivos</p> <p> 6.3.2 Formatar células, linhas e colunas</p> <p> 6.3.3 Gerar gráficos</p> <p> 6.3.4 Fórmulas básicas</p> <p> 6.3.5 Pesquisas na internet</p> <p> 6.3.6 Navegadores da web</p> <p> 6.3.7 Sites de pesquisa</p> <p> 6.3.8 Rede social</p> <p> 6.3.9 Direito autoral</p> <p> 6.3.10 Ética</p> <p> 6.3.11 E-mail</p> <p>6.4 Inglês Técnico aplicado a área têxtil e de confecção</p> <p> 6.4.1 Verbetes</p> <p>7 Elaboração de apresentações</p> <p>7.1 Práticas de Oralidade</p> <p>7.2 Coerência</p> <p>7.3 Coesão</p> <p>7.4 Clareza de ideias</p> <p>8 Elaboração de textos</p> <p>8.1 Estrutura</p> <p>8.2 Interpretação</p> <p>8.3 Técnicas de redação</p> <p>8.4 Documentos</p>
--	--

	8.5 Relatórios 8.6 Release 8.7 Resumo 8.8 Resenha 8.9 Fichamento 8.10 Artigo 9 Comunicação 9.1 Textualidade 9.2 Coesão e coerência 9.2.1 Sintaxe 9.3 Enunciação e refutação de teses
Capacidades Socioemocionais	
<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade • Demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas • Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais • Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais • Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a qualidade técnica de produtos e serviços • Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade • Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação do conhecimento como fonte de inovação 	
Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais	
Ambientes Pedagógicos	<ul style="list-style-type: none"> • Sala de aula teórica, biblioteca, laboratório de informática.
Material Didático	<ul style="list-style-type: none"> • Normas e Publicações • Apostilas • Gramática • Dicionários • Livros
Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> • Quadro branco; Computador com projetor multimídia.
Observações/recomendações	<ul style="list-style-type: none"> • Sites • Aplicativos

Módulo: BÁSICO	
Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA	
Unidade Curricular: Sociedade, cultura e moda	
Carga Horária: 80h	
Função F.1: Desenvolver projetos de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e cultura dos consumidores, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade F.2: Gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade, e com a cultura dos consumidores	

F.3: Promover a comunicação de produtos e serviços de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e pelo público consumidor, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade

Objetivo Geral: Propiciar o desenvolvimento de fundamentos técnicos e científicos e de capacidades sociais, organizativas e metodológicas relativos aos aspectos da cultura e da sociedade, do consumo e da moda, estética, História da Arte e da Moda, respeitando procedimentos e normas técnicas, de qualidade, de saúde e segurança e de sustentabilidade

CONTEÚDOS FORMATIVOS

Capacidades Básicas	Conhecimentos
<ul style="list-style-type: none"> Identificar aspectos culturais, sociais, históricos, estéticos, de consumo e de sustentabilidade 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Contexto socioeconômico <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Variáveis <ol style="list-style-type: none"> 1.1.1 Pessoas 1.1.2 Local 1.1.3 Atividades econômicas 1.1.4 Cultura 2 Proatividade <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Definição 2.2 Pilares <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1 Gestão do comportamento 2.2.2 Gestão do Futuro 2.2.3 Gestão da incerteza 2.2.4 Gestão da inovação 3 Relações Institucionais verticais e horizontais <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Relação com pares 3.2 Relação com líderes 3.3 Relação com clientes internos e externos 3.4 Relação com subordinados 4 Ética <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Códigos de ética 4.2 Ética nos relacionamentos profissionais 4.3 Disciplina 4.4 Sigilo 4.5 Direito humanos 4.6 Direitos ambientais 4.7 Ética no tratamento de dados e informações: direito de imagem, privacidade, etc 5 Sustentabilidade <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Conceitos 5.2 Pilares <ol style="list-style-type: none"> 5.2.1 Econômico 5.2.2 Social 5.2.3 Ambiental 5.3 Design para a sustentabilidade na moda identificar aspectos culturais, sociais, históricos, estéticos, de consumo e de sustentabilidade 6 Estética <ol style="list-style-type: none"> 6.1 Conceitos Filosóficos <ol style="list-style-type: none"> 6.1.1 Clássicos 6.1.2 Medievais 6.1.3 Moderno 6.1.4 Contemporâneo 6.2 Interface Arte e Moda 6.3 O poder normativo da moda 6.4 O poder normativo da moda 6.5 A primazia do Belo e do Visual

	<p>6.6 O Caráter relacional e relativo dos padrões estéticos</p> <p>7 História da Arte, do Vestuário e da Moda</p> <p>7.1 Conceitos</p> <p>7.1.1 Traje</p> <p>7.1.2 Moda</p> <p>7.1.3 Figurino</p> <p>7.1.4 Arte</p> <p>7.2 Traje</p> <p>7.3 Moda</p> <p>7.4 Figurino</p> <p>7.5 Arte</p> <p>7.6 Pré-História e Antiguidade</p> <p>7.6.1 Traje</p> <p>7.6.2 Arte: imagem e forma</p> <p>7.7 Idade Média</p> <p>7.7.1 Trajes das sociedades ocidentais e orientais</p> <p>7.7.2 Arte: arte e religião</p> <p>7.8 Renascimento e Maneirismo</p> <p>7.8.1 A emergência do sistema da moda na Europa</p> <p>7.8.2 Arte: forma, corpo e espacialidade</p> <p>7.9 Barroco</p> <p>7.9.1 Arte: imagem e persuasão</p> <p>7.9.2 Arte colonial no Brasil</p> <p>7.10 Rococó e Neoclassicismo</p> <p>7.11 Século XVII e XVIII</p> <p>7.11.1 A Revolução Francesa e seus desdobramentos (As rupturas com os trajes da Corte)</p> <p>7.12 A Revolução Industrial e seus desdobramentos (A simplificação das formas na indumentária inglesa)</p> <p>7.13 Século XIX e Belle Époque</p> <p>8 Sociedade e Moda</p> <p>8.1 Indivíduo e Sociedade</p> <p>8.2 Interacionismo simbólico</p> <p>8.2.1 Papéis e Representações sociais</p> <p>8.2.2 Apresentação de si e Identidade</p> <p>9 Cultura</p> <p>9.1 Conceitos</p> <p>9.2 Etnocentrismo</p> <p>9.3 Relativismo Cultural</p> <p>9.4 Distância social (localização geográfica, econômica) x Distância Psicológica (gostos, estilos de vida, visões de mundo)</p> <p>9.5 Cultura Brasileira e Moda</p> <p>9.5.1 Produção Cultural (música, audiovisual, arte popular)</p> <p>9.5.2 Posição social e referências econômicas</p> <p>9.5.3 Gênero (sexo/gênero e sexualidade; construção social da diferença)</p> <p>9.5.4 Relações interétnicas</p> <p>9.5.5 Comportamento geracional</p> <p>9.5.6 Corporalidade</p> <p>9.5.7 Festas e Rituais</p>
--	--

Capacidades Socioemocionais

- Sensibilidade cultural, empatia, pensamento crítico, criatividade informada, comunicação interpessoal, adaptabilidade, autoconhecimento e colaboração.
- Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua

responsabilidade	
<ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas • Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais • Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação • Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais • Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a qualidade técnica de produtos e serviços • Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade 	
Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais	
Ambientes Pedagógicos	<ul style="list-style-type: none"> • Biblioteca • Sala de aula • Laboratório de informática
Material Didático	<ul style="list-style-type: none"> • Apostilas • Livros • Normas e Publicações
Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> • Computador com pacote de escritório e acesso à internet • Quadro branco • Projetor multimídia • Tela de projeção
Observações/recomendações	<ul style="list-style-type: none"> • Sites • Aplicativos

Módulo: BÁSICO
Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA
Unidade Curricular: Metodologia Científica
Carga Horária: 15h
<p>Função</p> <p>F.1: Desenvolver projetos de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e cultura dos consumidores, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade</p> <p>F.2: Gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade, e com a cultura dos consumidores</p> <p>F.3: Promover a comunicação de produtos e serviços de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e pelo público consumidor, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade</p>
<p>Objetivo Geral: Propiciar o desenvolvimento de fundamentos técnicos e científicos e de capacidades sociais, organizativas e metodológicas para estruturar o pensamento de forma científica, elaborando problemas, formulando hipóteses e avaliando procedimentos de investigação, dentro do ambiente de trabalho, respeitando procedimentos e normas técnicas, de qualidade, de saúde e segurança e de meio ambiente.</p>

CONTEÚDOS FORMATIVOS	
Capacidades Básicas	Conhecimentos
<ul style="list-style-type: none"> Identificar os métodos e as técnicas da pesquisa científica para o projeto de pesquisa 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Contexto socioeconômico <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Variáveis 1.2 Pessoas 1.3 Local 1.4 Atividades econômicas 1.5 Cultura 2 Proatividade <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Definição 2.2 Pilares <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1 Gestão do comportamento 2.2.2 Gestão do Futuro 2.2.3 Gestão da incerteza 2.2.4 Gestão da inovação 3 Relações Institucionais verticais e horizontais <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Relação com pares 3.2 Relação com líderes 3.3 Relação com clientes internos e externos 3.4 Relação com subordinados 4 Ética <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Códigos de ética 4.2 Ética nos relacionamentos profissionais 4.3 Discrção 4.4 Sigilo 4.5 Direito humanos 4.6 Direitos ambientais 4.7 Ética no tratamento de dados e informações: direito de imagem, privacidade, etc. 5 Técnicas de estudo, normas e produtos científicos <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Fichamento 5.2 Resumo 5.3 Resenha crítica 5.4 Relatório de pesquisa 5.5 Artigos científicos 5.6 Normas técnicas para citação, inserção de imagens, gráficos, tabelas, referências bibliográficas e diagramação do texto (ABNT) 6 O projeto de Pesquisa <ol style="list-style-type: none"> 6.1 Definição do tema ou problema da pesquisa 6.2 Formulação de hipóteses 6.3 Elaboração dos objetivos gerais e específicos 6.4 Delimitação do objeto ou dos pesquisados 6.5 Metodologia: definição dos métodos e técnicas da pesquisa 6.6 Fundamentação ou discussão teórica: autores, obras; teorias; categorias e conceitos 6.7 Bibliografia de pesquisa 6.8 Planejamento e cronograma 7 A pesquisa nas ciências sociais <ol style="list-style-type: none"> 7.1 Positivismo X Compreensivíssimo 7.2 Pesquisa quantitativa e pesquisa qualitativa 7.3 Objetivação e controle de bias
Capacidades Socioemocionais	
<ul style="list-style-type: none"> Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade Demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas 	

<ul style="list-style-type: none"> • Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais • Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação • Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais • Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a qualidade técnica de produtos e serviços • Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade 	
Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais	
Ambientes Pedagógicos	<ul style="list-style-type: none"> • Biblioteca • Laboratório de informática • Sala de aula
Material Didático	<ul style="list-style-type: none"> • Normas e Publicações • Livros • Apostilas • Dicionários
Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> • tablet • Quadro branco • Projetor multimídia • Tela de projeção • Computador com pacote de escritório e acesso à internet
Observações/recomendações	<ul style="list-style-type: none"> • Sites • Aplicativos

Módulo: BÁSICO	
Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA	
Unidade Curricular: Fundamentos do design de moda	
Carga Horária: 105h	
Função F.1: Desenvolver projetos de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e cultura dos consumidores, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade F.2: Gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade, e com a cultura dos consumidores F.3: Promover a comunicação de produtos e serviços de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e pelo público consumidor, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade	
Objetivo Geral: Propiciar o desenvolvimento de fundamentos técnicos e científicos e de capacidades sociais, organizativas e metodológicas relacionadas ao Design de Moda e aos princípios de Linguagem Visual	
CONTEÚDOS FORMATIVOS	
Capacidades Básicas	Conhecimentos

<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar os princípios e técnicas de linguagem visual • Identificar terminologia e simbologias técnicas do campo da moda e do design • Identificar técnicas manuais, de representação gráfica e visual aplicadas ao desenvolvimento e produção do produto de moda • Reconhecer as formas de representação gráfica e visual aplicadas ao desenvolvimento e produção do produto de moda • Identificar os princípios e fundamentos de projeto de design de moda 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Contexto socioeconômico <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Variáveis <ol style="list-style-type: none"> 1.1.1 Pessoas 1.1.2 Local 1.1.3 Atividades econômicas 1.1.4 Cultura 2 Proatividade <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Definição 2.2 Pilares <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1 Gestão do comportamento 2.2.2 Gestão do Futuro 2.2.3 Gestão da incerteza 2.2.4 Gestão da inovação 3 Relações Institucionais verticais e horizontais <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Relação com pares 3.2 Relação com líderes 3.3 Relação com clientes internos e externos 3.4 Relação com subordinados 4 Ética <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Códigos de ética 4.2 Ética nos relacionamentos profissionais 4.3 Discrissão 4.4 Sigilo 4.5 Plágio 4.6 Ética no tratamento de dados e informações: direito de imagem, privacidade, etc. 5 Representação gráfica <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Técnicas manuais de representação gráfica <ol style="list-style-type: none"> 5.1.1 Técnicas 5.1.2 Materiais (grafite e nanquim) 5.1.3 Desenho de observação 5.1.4 Desenho de memória 5.1.5 Raciocínio espacial 5.1.6 Desenho de criação 5.1.7 Sombreamento 6 Processo criativo (Criatividade em Design) <ol style="list-style-type: none"> 6.1 Criatividade e Inovação 6.2 Processo criativo 6.3 Técnicas de estímulo do pensamento criativo 7 Fundamentos da cor <ol style="list-style-type: none"> 7.1 A física e percepção das cores 7.2 A interação e comunicação das cores 7.3 Círculos cromáticos 7.4 Combinações cromáticas 7.5 Sistemas de ordenação cromática 8 Linguagem Visual <ol style="list-style-type: none"> 8.1 Interpretação e produção de representações no campo do design 8.2 Teoria da Gestalt 8.3 Princípios da sintaxe visual 8.4 Fundamentos da semiótica 9 Teoria da Moda <ol style="list-style-type: none"> 9.1 Conceitos e definições 9.2 Sistema da moda 9.3 Moda contemporânea 9.4 Visão de futuro 10 Fundamentos do Design <ol style="list-style-type: none"> 10.1 Conceitos e definições 10.2 Panorama histórico mundial e brasileiro
---	---

10.3 Design e moda	
Capacidades Socioemocionais	
<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade • Demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas • Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais • Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação • Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais • Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a qualidade técnica de produtos e serviços • Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade 	
Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais	
Ambientes Pedagógicos	<ul style="list-style-type: none"> • Laboratório de desenho • Laboratório de informática • Sala de aula • Biblioteca
Material Didático	<ul style="list-style-type: none"> • Apostilas • Livros • Normas e Publicações
Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> • Computador com pacote de escritório e acesso à internet • Quadro branco • Projetor multimídia • Tela de projeção • tablet • Cavaletes ou pranchetas
Observações/recomendações	<ul style="list-style-type: none"> • Sites • Aplicativos

Módulo: BÁSICO
Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA
Unidade Curricular: Fundamentos da construção de produtos de moda
Carga Horária: 130h
Função F.1: Desenvolver projetos de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e cultura dos consumidores, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade F.2: Gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade, e com a cultura dos consumidores F.3: Promover a comunicação de produtos e serviços de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e pelo público consumidor, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade
Objetivo Geral: Propiciar o conhecimento de fundamentos técnicos e científicos e de capacidades

sociais, organizativas e metodológicas requeridas para a construção de produtos empregando recursos computacionais, dentro do ambiente de trabalho, respeitando procedimentos e normas técnicas, de qualidade, de saúde e segurança e de meio ambiente.

CONTEÚDOS FORMATIVOS

Capacidades Básicas	Conhecimentos
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar técnicas de montagem de produtos de moda • Identificar os métodos e as técnicas de construção produtos de moda • Identificar terminologias e simbologias técnicas do vestuário aplicadas aos processos de construção de produtos • Identificar tipos e funcionalidades de máquinas, equipamentos e acessórios aplicados construção de produtos • Identificar tipos e aplicabilidade dos materiais para a construção de produtos • Reconhecer as formas de representação gráfica e visual aplicadas ao desenvolvimento de produto • Identificar as etapas da construção de produtos com suas respectivas características e finalidades • Reconhecer métodos e técnicas (modelagem, corte, costura, dentre outros) necessários a construção de produtos para o desenvolvimento de fichas técnicas • Identificar as propriedades dos materiais para desenvolvimento de projetos e produção de produtos de moda 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Contexto socioeconômico <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Variáveis <ol style="list-style-type: none"> 1.1.1 Pessoas 1.1.2 Local 1.1.3 Atividades econômicas 1.1.4 Cultura 2 Proatividade <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Definição 2.2 Pilares <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1 Gestão do comportamento 2.2.2 Gestão do Futuro 2.2.3 Gestão da incerteza 2.2.4 Gestão da inovação 3 Relações Institucionais verticais e horizontais <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Relação com pares 3.2 Relação com líderes 3.3 Relação com clientes internos e externos 3.4 Relação com subordinados 4 Ética <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Códigos de ética 4.2 Ética nos relacionamentos profissionais 4.3 Disciplina 4.4 Sigilo 4.5 Direito industrial 4.6 Ética no tratamento de dados e informações: direito de imagem, privacidade, etc. 5 Enobrecimentos têxteis <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Primários 5.2 Secundários 5.3 Terciários 6 Materiais Têxteis <ol style="list-style-type: none"> 6.1 Terminologia e Simbologia 6.2 Classificação e propriedades das fibras 6.3 Classificação e propriedades dos fios 6.4 Estruturas Têxteis 6.5 Simbologia de Lavagens e conservação 7 Etapas do processo de construção de produtos do vestuário <ol style="list-style-type: none"> 7.1 Criação e Desenvolvimento de produto <ol style="list-style-type: none"> 7.1.1 Definição 7.1.2 Atribuições 7.2 Modelagem <ol style="list-style-type: none"> 7.2.1 Definição 7.2.2 Introdução a modelagem informatizada 7.2.3 Modelagem plana 7.2.4 Modelagem tridimensional 7.2.5 Etapas da construção de moldes 7.2.6 Construção de diagrama (traçado básico) 7.2.7 Interpretação de moldes 7.2.8 Tabela de medidas 7.2.9 Princípios de gradação

	<p>7.3 Prototipagem</p> <p>7.3.1 Corte</p> <p>7.3.2 Costura</p> <p>7.3.3 Enobrecimento</p> <p>7.3.4 Passadoria</p> <p>7.3.5 Teste de vestibilidade</p> <p>7.3.6 Ajuste do molde</p> <p>7.3.7 Aprovação do protótipo (peça piloto)</p> <p>8 Representação gráfica</p> <p>8.1 Definição</p> <p>8.2 Produtos do vestuário</p> <p>8.3 Manual</p> <p>8.3.1 Tipos de desenho</p> <p>8.3.2 Desenho de moda</p> <p>8.3.3 Esboço</p> <p>8.3.4 Croqui</p> <p>8.3.5 Desenho técnico</p> <p>8.4 Digital</p> <p>9 Documentos técnicos aplicados à construção de produtos</p> <p>9.1 Tipos</p> <p>9.2 Finalidades</p> <p>9.3 Fichas técnicas</p> <p>9.3.1 Criação</p> <p>9.3.2 Desenvolvimento</p> <p>9.3.3 Produção</p>
Capacidades Socioemocionais	
<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade • Demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas • Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais • Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação • Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais • Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a • qualidade técnica de produtos e serviços • Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as • normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade 	
Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais	
Ambientes Pedagógicos	<ul style="list-style-type: none"> • Laboratório de costura • Laboratório de informática • Sala de aula • Laboratório de desenho • Biblioteca • Laboratório de modelagem
Material Didático	<ul style="list-style-type: none"> • Apostilas • Livros • Normas e Publicações
Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> • Projetor multimídia • Quadro branco • Tela de projeção

	<ul style="list-style-type: none"> • Computador com pacote de escritório e acesso à internet • Cavaletes ou pranchetas
Observações/recomendações	<ul style="list-style-type: none"> • Sites • Aplicativos

Módulo: INTRODUTÓRIO

Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA

Unidade Curricular: Tecnologias digitais

Carga Horária: 100h

Função

F.1: Desenvolver projetos de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e cultura dos consumidores, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade

F.2: Gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade, e com a cultura dos consumidores

F.3: Promover a comunicação de produtos e serviços de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e pelo público consumidor, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade

Objetivo Geral: Propiciar o conhecimento de fundamentos técnicos e científicos e de capacidades sociais, organizativas e metodológicas requeridas para a construção de produtos empregando recursos tecnológicos digitais para a criação e produção de produtos de moda. Ser capaz de utilizar ferramentas de criação digital de vetorização, manipulação de imagem e tridimensional, além da compreensão de tecnologias da informação, lógica de programação e prospecção de tecnologias emergentes

CONTEÚDOS FORMATIVOS

Capacidades Básicas	Conhecimentos
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar técnicas digitais, de representação gráfica e visual aplicadas ao desenvolvimento e produção do produto de moda • Reconhecer princípios básicos de programação, tecnologia da informação no desenvolvimento de produtos de moda • Utilizar ferramentas digitais para a criação gráfica 	<ol style="list-style-type: none"> 1 Contexto socioeconômico <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Variáveis <ol style="list-style-type: none"> 1.1.1 Pessoas 1.1.2 Local 1.1.3 Atividades econômicas 1.1.4 Cultura 2 Proatividade <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Definição 2.2 Pilares <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1 Gestão do comportamento 2.2.2 Gestão do Futuro 2.2.3 Gestão da incerteza 2.2.4 Gestão da inovação 3 Ética <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Códigos de ética 3.2 Ética nos relacionamentos profissionais; 3.3 Discrição 3.4 Sigilo 3.5 Ética no tratamento de dados e informações: direito de imagem, privacidade, etc.

	<ul style="list-style-type: none"> 3.6 Direito autoral <ul style="list-style-type: none"> 3.6.1 Conceito 3.6.2 Legislação 3.6.3 Open source 3.6.4 Plágio 3.6.5 Relações Institucionais verticais e horizontais 3.7 Relações Institucionais verticais e horizontais <ul style="list-style-type: none"> 3.7.1 Relação com pares 3.7.2 Relação com líderes 3.7.3 Relação com clientes internos e externos 3.7.4 Relação com subordinados 4 Tecnologias emergentes e suas aplicações <ul style="list-style-type: none"> 4.1 Big data 4.2 Inteligência artificial 4.3 Automação 4.4 Wearables 5 Introdução a programação <ul style="list-style-type: none"> 5.1 O que é programação 5.2 Como programar? 5.3 Definição da lógica de programação 6 Tecnologia da informação <ul style="list-style-type: none"> 6.1 Introdução a TI 6.2 Impacto da TI na produção de moda 6.3 Impacto da TI na produção de moda 6.4 Exemplos de aplicação da TI na produção e criação de moda 7 Tecnologias de criação digital (CAD) <ul style="list-style-type: none"> 7.1 Ferramenta de vetorização <ul style="list-style-type: none"> 7.1.1 CorelDraw 7.1.2 Illustrator 7.1.3 Inovações disponíveis no mercado 7.2 Ferramenta de manipulação de imagem <ul style="list-style-type: none"> 7.2.1 Photoshop 7.2.2 Inovações disponíveis no mercado 7.3 Introdução à ferramenta de modelagem 3D <ul style="list-style-type: none"> 7.3.1 Rhinoceros 7.3.2 Inovações disponíveis no mercado 8 Histórico das tecnologias digitais e sua relação com a moda <ul style="list-style-type: none"> 8.1 Surgimento e utilidade das tecnologias digitais 8.2 A relação entre moda e tecnologias digitais 8.3 Tipos de ferramentas 8.4 Aplicação das tecnologias digitais na produção de moda <ul style="list-style-type: none"> 8.4.1 Impressão bidimensional 8.4.2 Impressão tridimensional
--	---

Capacidades Socioemocionais

- Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade
- Demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas
- Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais
- Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação
- Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais
- Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a
- qualidade técnica de produtos e serviços

<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as • normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade 	
Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais	
Ambientes Pedagógicos	<ul style="list-style-type: none"> • Biblioteca • Sala de aula • Laboratório de informática
Material Didático	<ul style="list-style-type: none"> • Normas • Livros • Publicações • Manuais de software • Apostilas
Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> • Mesa Digitalizadora • Quadro branco • Projetor multimídia • Tela de projeção • Computador com pacote de escritório e acesso à internet • Softwares (CorelDraw, pacote Adobe)
Observações/recomendações	<ul style="list-style-type: none"> • Sites • Aplicativos e softwares

Módulo: INTRODUTÓRIO	
Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA	
Unidade Curricular: Fundamentos de Pesquisa de Mercado e Moda	
Carga Horária: 60h	
Função F.1: Desenvolver projetos de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e cultura dos consumidores, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade F.2: Gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade, e com a cultura dos consumidores F.3: Promover a comunicação de produtos e serviços de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e pelo público consumidor, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade	
Objetivo Geral: Propiciar o desenvolvimento de fundamentos técnicos e científicos e de capacidades sociais, organizativas e metodológicas relativos aos aspectos do mercado de moda, respeitando procedimentos e normas técnicas, de qualidade, de saúde e segurança e de sustentabilidade	
CONTEÚDOS FORMATIVOS	
Capacidades Básicas	Conhecimentos
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar os ciclos, os 	1 Contexto socioeconômico

<p>sistemas da moda e os segmentos de mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar variáveis sociais, econômicas e demográficas (gênero, geração, classe social, entre outras) para o projeto de pesquisa • Identificar os princípios e fundamentos de marketing 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 Variáveis 1.2 Pessoas 1.3 Local 1.4 Atividades econômicas 1.5 Cultura 2 Proatividade <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Definição 2.2 Pilares 2.3 Gestão do comportamento 2.4 Gestão do Futuro 2.5 Gestão da incerteza 2.6 Gestão da inovação 3 Relações Institucionais verticais e horizontais <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Relação com pares 3.2 Relação com líderes 3.3 Relação com clientes internos e externos 3.4 Relação com subordinados 4 Ética <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Códigos de ética 4.2 Ética nos relacionamentos profissionais 4.3 Discrção 4.4 Sigilo 4.5 Direito humanos 4.6 Direitos ambientais 4.7 Ética no tratamento de dados e informações: direito de imagem, privacidade, etc. 5 Questões do design no século XX/XXI <ol style="list-style-type: none"> 5.1 As transformações na Arte 5.2 Do Expressionismo ao Pop 5.3 Retomada da pintura nos anos 80 5.4 Multiculturalismo 5.5 Arte e moda contemporâneas 6 Pesquisa de Mercado <ol style="list-style-type: none"> 6.1 Fontes de pesquisa secundárias 6.2 Métodos de análise e síntese 6.3 Organização e apresentação dos resultados 7 Conceitos de Marketing aplicado a Moda <ol style="list-style-type: none"> 7.1 O mercado de moda <ol style="list-style-type: none"> 7.1.1 Cadeia produtiva 7.1.2 Ambientes de mercado 7.2 Segmentos de mercado <ol style="list-style-type: none"> 7.2.1 Critérios de segmentação 7.2.2 Nichos de Mercado 7.3 Marketing Estratégico <ol style="list-style-type: none"> 7.3.1 Marketing mix 7.3.2 Marketing mix 7.3.3 Gestão de marca 7.3.4 Gestão do varejo 7.4 Produto <ol style="list-style-type: none"> 7.4.1 Ciclo de vida do produto 7.4.2 Estratégia de preço e valor 7.4.3 Mix de produtos 8 Padrões de Produção e Consumo na Moda <ol style="list-style-type: none"> 8.1 Manufatura <ol style="list-style-type: none"> 8.1.1 Alta Costura 8.1.2 Sob medida 8.1.3 Artesanal 8.1.4 Autoral 8.1.5 Pequena escala
--	--

	8.1.6 Slow Fashion] 8.2 Industrial 8.2.1 Prêt-à-Porter 8.2.2 Produção em Massa 8.2.3 Fast Fashion 8.2.4 See now, buy now 8.3 See now, buy now 8.4 Individualização e Personalização
--	--

Capacidades Socioemocionais

- Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade
- Demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas
- Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais
- Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação
- Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais
- Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a qualidade técnica de produtos e serviços
- Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade.

Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais

Ambientes Pedagógicos	<ul style="list-style-type: none"> • Biblioteca • Laboratório de informática • Sala de aula
Material Didático	<ul style="list-style-type: none"> • Livros • Catálogos • Publicações • Apostilas • Normas
Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> • Quadro branco • Projetor multimídia • Tela de projeção • Computador com pacote de escritório e acesso à internet
Observações/recomendações	<ul style="list-style-type: none"> • Sites • Aplicativos

Módulo: INTRODUTÓRIO

Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA

Unidade Curricular: Fundamentos da Produção de Produtos de Moda

Carga Horária: 120h

Função

F.1: Desenvolver projetos de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e cultura dos consumidores, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade

F.2: Gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade, e com a cultura dos consumidores

F.3: Promover a comunicação de produtos e serviços de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e pelo público consumidor, seguindo normas técnicas, de saúde e

segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade

Objetivo Geral: Propiciar o conhecimento de fundamentos técnicos e científicos e de capacidades sociais, organizativas e metodológicas requeridas para a construção de produtos, empregando recursos computacionais, dentro do ambiente de trabalho, respeitando procedimentos e normas técnicas, de qualidade, de saúde e segurança e de meio ambiente

CONTEÚDOS FORMATIVOS

Capacidades Básicas	Conhecimentos
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar os fundamentos matemáticos para a produção dos produtos de moda • Aplicar os princípios da ergonomia para produção de produtos de moda • Identificar as propriedades dos materiais para o desenvolvimento de produtos de moda • Identificar os métodos e as técnicas de projetos de produtos de moda • Identificar técnicas de montagem de produtos de moda • Aplicar fundamentos da modelagem para produção de produtos de moda 	<ol style="list-style-type: none"> Contexto socioeconômico <ol style="list-style-type: none"> Variáveis Pessoas Local Atividades econômicas Cultura Proatividade <ol style="list-style-type: none"> Definição Pilares Gestão do comportamento Gestão do Futuro Gestão da incerteza Gestão da inovação Relações Institucionais verticais e horizontais <ol style="list-style-type: none"> Relação com pares Relação com líderes Relação com clientes internos e externos Relação com subordinados Ética <ol style="list-style-type: none"> Códigos de ética Ética nos relacionamentos profissionais Disciplina Sigilo Ética no tratamento de dados e informações: direito de imagem, privacidade, etc. Materiais <ol style="list-style-type: none"> Tecidos <ol style="list-style-type: none"> Características e aplicações Não tecidos <ol style="list-style-type: none"> Características e aplicações Couro e peles <ol style="list-style-type: none"> Características e aplicações Aviamentos <ol style="list-style-type: none"> Características e aplicações Costura <ol style="list-style-type: none"> Máquinas de costura <ol style="list-style-type: none"> Tipos e finalidades Componentes da máquina Tipos e finalidades Manutenção de máquinas Tipos e finalidades Componentes da máquina Tipos e finalidades Manutenção de máquinas Preparação de Máquina para costura <ol style="list-style-type: none"> Passamento de linha Carregamento de bobinas Agulhas: Classificação e aplicabilidade Regulagem de Ponto Passamento de linha Carregamento de bobinas Agulhas: Classificação e aplicabilidade Regulagem de Ponto

	<p>6.11 Pontos de costura 6.11.1 Classificação 6.11.2 Aplicações 6.12 Tipos e aplicabilidade de costuras 6.13 Aparelhos e acessórios 6.13.1 Tipos 6.13.2 Aplicabilidade 7 Modelagem Tridimensional 7.1 Definição 7.2 Características e aplicabilidade 7.3 Traçado de base de saia feminina 7.4 Traçado de base de blusa feminina 7.5 Traçado de base de calça feminina 8 Preparação de modelagens 8.1 Margem de costura 8.2 Informações técnicas do molde 8.3 Princípios de gradação 9 Técnicas de modelagem industrial 9.1 Modelagem plana 9.2 Definição 9.3 Características e aplicabilidade 9.4 Tabela de medidas 9.5 Traçado de base de saia feminina 9.6 Traçado de base de blusa feminina 9.7 Traçado de base de calça feminina 9.8 Interpretação de modelagem feminina 10 Fundamentos de geometria 10.1 Ângulos 10.2 Segmentos de reta e semirretas 10.3 Ângulos consecutivos e adjacentes 10.4 Ângulos opostos pelo vértice 10.5 Ângulos congruentes 10.6 Medida de um ângulo 10.7 Unidades de medida de ângulos 11 Fundamentos da matemática 11.1 Razão e Proporção 11.2 Regra de três simples e composta 11.3 Porcentagem 11.4 Conversão de medidas 11.5 Cálculos de perímetro 11.6 Cálculo de área 11.7 Cálculo de massa 11.8 Cálculo de volume 12 Operações Fundamentais 12.1 Adição de números inteiros, fracionários e decimais 12.2 Subtração de números inteiros, fracionários e decimais 12.3 Multiplicação de números inteiros, fracionários e decimais 12.4 Divisão de números inteiros, fracionários e decimais</p>
Capacidades Socioemocionais	
<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade • Demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas • Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais • Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação • Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades 	

profissionais <ul style="list-style-type: none"> • Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a qualidade técnica de produtos e serviços • Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade 	
Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais	
Ambientes Pedagógicos	<ul style="list-style-type: none"> • Laboratório de modelagem • Laboratório de costura • Sala de Corte • Laboratório de informática • Sala de aula • Passadoria • Biblioteca
Material Didático	<ul style="list-style-type: none"> • Manuais de Produtos e Máquinas • Apostilas • Normas • Livros • Publicações
Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> • EPIs • Kit de passadoria • Aparelhos e acessórios • Máquina de costura • EPCs • Bancada de modelagem • Manequins de draping • Mesa de corte • Máquina de corte • Quadro branco • Projetor multimídia • Computadores com acesso a internet • Tela de projeção • Kit multimídia (projetor, tela, computador, caixa de som) • Instrumentos de medição
Recursos didáticos	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicativos • Mesas Digitalizadoras • Material de Consumo (Matéria Prima, aviamentos, insumos, papelaria) • Sites

Módulo: ESPECÍFICO I	
Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA	
Unidade Curricular: Projeto de Produtos de Moda	
Carga Horária: 150h	
Função	
F.1: Desenvolver projetos de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e cultura dos consumidores, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade	
Objetivo Geral: Propiciar o desenvolvimento de capacidades técnicas e científicas e de capacidades sociais, organizativas e metodológicas requeridas para projetar produtos de moda, por meio da análise de pesquisas de mercado e de planejamentos estratégicos, que atendam aos públicos de interesse das empresas do setor da moda	

CONTEÚDOS FORMATIVOS			
Subfunção	Padrão de Desempenho	Capacidades Técnicas	Conhecimentos
Projetar produtos de moda	1 Considerando os procedimentos da empresa para especificação técnica de produtos	Utilizar os sistemas de registro de informações disponibilizados pela empresa, em conformidade com o tipo de registro a ser efetuado	1 Contexto socioeconômico 1.1 Variáveis 1.1.1 Pessoas 1.1.2 Local 1.1.3 Atividades econômicas 1.1.4 Cultura
Projetar produtos de moda	2 Considerando o Briefing da empresa e os resultados da pesquisa para criação de Produtos de Moda	Identificar, nas informações da pesquisa e no briefing da empresa, os critérios quantitativos e qualitativos necessários para o desenvolvimento do mix de produtos	2 Proatividade 2.1 Definição 2.2 Pilares 2.2.1 Gestão do comportamento 2.2.2 Gestão do Futuro 2.2.3 Gestão da incerteza 2.2.4 Gestão da inovação
Projetar produtos de moda	3 Considerando o Briefing da empresa e os resultados da pesquisa para criação de Produtos de Moda	Identificar, no briefing, as informações acerca das estratégias para o lançamento e comunicação dos produtos de moda que devem ser consideradas no projeto de produto de moda	3 Relações Institucionais verticais e horizontais 3.1 Relação com pares 3.2 Relação com líderes 3.3 Relação com clientes internos e externos 3.4 Relação com subordinados
Projetar produtos de moda	4 Considerando o Briefing da empresa e os resultados da pesquisa para criação de Produtos de Moda	Identificar a necessidade de utilização de novos materiais e ou novas tecnologias para o desenvolvimento do produto de moda	4 Ética 4.1 Códigos de ética 4.2 Ética nos relacionamentos profissionais 4.3 Discrção 4.4 Sigilo 4.5 Direito humanos 4.6 Direitos ambientais 4.7 Ética no tratamento de dados e informações: direito de imagem, privacidade, etc.
Projetar produtos de moda	5 Considerando o Briefing da empresa e os resultados da pesquisa para criação de Produtos de Moda	Analisar as informações acerca de: tendências de comportamento e consumo, de mercado, de referências estéticas, de varejo e de comunicação coletadas na pesquisa para direcionamento do projeto de produto de	5 Execução do PPM 5.1 Prototipagem 5.1.1 Desenvolvimento de produto 5.1.2 Técnicas de montagem 5.2 Ficha técnica 5.2.1 Desenho técnico 5.2.2 Desenvolvimento 5.2.3 Preenchimento
Projetar produtos de moda	6 Considerando o Briefing da empresa e os resultados da pesquisa para criação de Produtos de Moda		6 Ideação do PPM 6.1 Ergonomia 6.1.1 Conceito 6.1.2 Antropometria 6.1.3 Interface vestuário/usuário 6.1.4 Aplicação 6.1.5 Biótipos 6.1.6 Medição corporal

		moda	
Projetar produtos de moda	6 Considerando informações planejamento estratégico empresa	as do da	Dimensionar, quantitativa e qualitativamente, o mix de produtos em função das informações da pesquisa e do briefing para atendimento da estratégia da empresa
Projetar produtos de moda	7 Considerando informações planejamento estratégico empresa	as do da	Correlacionar os prazos estabelecidos no plano de comunicação e lançamento de produto de moda com a capacidade produtiva da empresa para definição do cronograma de desenvolvimento do produto de moda
Projetar produtos de moda	8 Considerando informações planejamento estratégico empresa	as do da	Identificar a necessidade de contratação de prestadores de serviço em função dos parâmetros da empresa e ou do produto para atendimento dos requisitos do projeto
Projetar produtos de moda	9 Considerando informações planejamento estratégico empresa	as do da	Reconhecer a capacidade instalada e os recursos da empresa de acordo com os requisitos do projeto
Projetar produtos de moda	10 Considerando a utilização de novos materiais e ou de novas tecnologias de projeto, processos, produtos e serviços em função dos critérios do projeto	as do da	Aplicar sistematicamente as tecnologias virtuais de criação e simulação no desenvolvimento de produtos de moda, de acordo os resultados da pesquisa e requisitos do projeto
			<p>manual</p> <p>6.1.7 Medição corporal eletrônica</p> <p>6.1.8 Tabela de medidas</p> <p>6.1.9 Padronização de medidas e tamanhos</p> <p>6.1.10 Normatização de mercados internos e externos</p> <p>6.1.11 Materiais e especificidades do corpo</p> <p>6.1.12 Teste de materiais</p> <p>6.2 Modelagem plana - Interpretação (tecido plano)</p> <p>6.2.1 Feminina</p> <p>6.2.2 Masculina</p> <p>6.2.3 Infantil</p> <p>6.2.4 Gradação</p> <p>6.3 Geração de alternativas</p> <p>6.3.1 Técnicas</p> <p>6.3.2 Seleção</p> <p>6.3.3 Avaliação</p> <p>6.3.4 Criação colaborativa</p> <p>6.4 Desenho de moda</p> <p>6.4.1 Croqui</p> <p>6.4.2 Estilização</p> <p>6.4.3 Caimento e textura</p> <p>6.4.4 Diversidade de figuras humanas</p> <p>6.4.5 Técnicas de pintura</p> <p>6.5 Ilustração Digital</p> <p>6.5.1 Croqui</p> <p>6.5.2 Pintura e sombreamento</p> <p>6.6 Padronagem manual</p> <p>6.6.1 Criação de padrões</p> <p>6.6.2 Repetição e construção</p> <p>6.6.3 Rapportagem</p> <p>6.6.4 Tipos de estamperia</p> <p>6.6.5 Técnicas de impressão manual</p> <p>6.7 Padronagem Digital</p> <p>6.7.1 Vetorização</p> <p>6.7.2 Rapportagem digital</p> <p>6.7.3 Manipulação digital</p> <p>6.7.4 Técnicas de impressão digital</p> <p>6.8 Sustentabilidade</p> <p>6.8.1 Normas técnicas</p> <p>6.8.2 Avaliação e aplicação em produtos de moda</p> <p>6.8.3 Materiais EcoFriendly</p> <p>7 Materiais</p> <p>7.1 Pesquisa</p> <p>7.2 Seleção</p>

Projetar produtos de moda	11 Considerando a utilização de novos materiais e ou de novas tecnologias de projeto, processos, produtos e serviços em função dos critérios do projeto	Reconhecer processos de criação colaborativa, no desenvolvimento de produtos de moda, em um domínio aberto de conhecimentos técnicos, comerciais e sociais de acordo os resultados da pesquisa e requisitos do projeto	7.3 Enobrecimento 7.4 Tecnologias 7.5 Planejamento cronograma e 7.6 Seleção 7.7 Enobrecimento 7.8 Tecnologias 7.9 Planejamento cronograma e
Projetar produtos de moda	12 Considerando a utilização de novos materiais e ou de novas tecnologias de projeto, processos, produtos e serviços em função dos critérios do projeto	Reconhecer técnicas, ferramentas e processos produtivos para individualização e personalização de produtos de moda, considerando a interação com consumidores e produtores em tempo real	8 Imersão no PPM 8.1 Público 8.2 Marca 8.3 Tendência 8.4 Temática 8.5 Mix de produto 8.5.1 Categorias e subcategorias de produtos 8.5.2 Linhas famílias e coordenados 8.5.3 Análise numérica 8.6 Cores
Projetar produtos de moda	13 Considerando a utilização de novos materiais e ou de novas tecnologias de projeto, processos, produtos e serviços em função dos critérios do projeto	Aplicar testes experimentais com materiais e novas tecnologias de acordo com os requisitos do projeto e de gestão da qualidade e de sustentabilidade	9 Panorama do Projeto de Produtos de Moda (PPM) 9.1 Briefing 9.1.1 Compreensão dos dados/resultados da pesquisa 9.1.2 Avaliação 9.1.3 Aplicação 9.2 Compreensão dos dados/resultados da pesquisa
Projetar produtos de moda	14 Considerando a utilização de novos materiais e ou de novas tecnologias de projeto, processos, produtos e serviços em função dos critérios do projeto	Analisar os resultados de testes e ensaios de novos materiais e novas tecnologias em função dos requisitos do projeto e de gestão da qualidade e de sustentabilidade	
Projetar produtos de moda	15 Considerando a utilização de novos materiais e ou de novas tecnologias de projeto, processos, produtos e serviços em função dos critérios do projeto	Reconhecer processos produtivos e criativos de desenvolvimento de produtos de moda aplicados a redução de desperdício de materiais e reaproveitamento de refugos	
Projetar produtos de moda	16 Considerando a utilização de novos	Reconhecer técnicas de virtualização dos	

moda	materiais e ou de novas tecnologias de projeto, processos, produtos e serviços em função dos critérios do projeto	processos de desenvolvimento e fabricação de produtos de acordo com os resultados da pesquisa e requisitos do projeto	
Projetar produtos de moda	17 Considerando as Normas Técnicas e Regulamentadoras de gestão da qualidade e de sustentabilidade	Identificar nas normas técnicas e regulamentadoras, nas práticas internas de sustentabilidade da empresa, os requisitos aplicados ao processo de produção de produtos de moda, com vistas a otimização e sustentabilidade no processo produtivo	
Projetar produtos de moda	18 Considerando os procedimentos da empresa para especificação técnica de produtos	Correlacionar as especificações técnicas de materiais com os tipos de máquinas e equipamentos e acessórios aplicados aos processos de produção de produto de moda disponíveis na empresa	
Projetar produtos de moda	19 Considerando os procedimentos da empresa para especificação técnica de produtos	Identificar as informações necessárias ao preenchimento da ficha técnica\produção em função dos procedimentos da empresa e das características do produto	

Capacidades Socioemocionais

- Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade
- Demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas
- Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais
- Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais
- Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a qualidade técnica de produtos e serviços
- Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as
- normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade

<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação do conhecimento como fonte de inovação 	
Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais	
Ambientes Pedagógicos	<ul style="list-style-type: none"> • Laboratório de desenho • Laboratório de corte • Laboratório de modelagem • Laboratório de costura • Laboratório de informática • Sala de aula • Biblioteca
Material Didático	<ul style="list-style-type: none"> • Manuais de Produtos e Máquinas • Apostilas • Normas • Livros • Publicações
Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> • Pacote Adobe, Corel Draw e Rhinoceros • Bancada de modelagem • Máquina de corte • Instrumentos de medição • Kit de passadoria • Manequins de draping • EPIs • EPCs • Kit de réguas de modelagem • Cavalete • Softwares básico de escritório (editor de texto, planilhas, apresentações) • Kit multimídia (projetor, tela, computador, caixa de som) • Aparelhos e acessórios • Máquina de costura • Mesa de corte • Computadores com acesso a internet
Recursos didáticos	<ul style="list-style-type: none"> • Sites • Aplicativos • Mesas Digitalizadoras • Material de Consumo (Matéria Prima, aviamentos, insumos, papelaria)

Módulo: ESPECÍFICO I
Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA
Unidade Curricular: Pesquisa de tendência, comportamento e consumo de moda
Carga Horária: 60h
Função

F.1: Desenvolver projetos de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e cultura dos consumidores, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade

Objetivo Geral: Desenvolver capacidades técnicas relativas ao desenvolvimento de projetos de pesquisa e realização de pesquisas de tendências, comportamento e consumo de moda, bem como a aquisição de capacidades sociais, organizativas e metodológicas adequadas a diferentes situações profissionais.

CONTEÚDOS FORMATIVOS

Subfunção	Padrão de Desempenho	Capacidades Técnicas	Conhecimentos
Elaborar projeto de pesquisas para criação de produtos de moda	1 Considerando o briefing da pesquisa e ou a demanda da empresa	Identificar, por meio da análise do briefing e da demanda da empresa, o problema e os objetivos da pesquisa a ser realizada;	<ul style="list-style-type: none"> 1 Contexto socioeconômico <ul style="list-style-type: none"> 1.1 Variáveis <ul style="list-style-type: none"> 1.1.1 Pessoas 1.1.2 Local 1.1.3 Atividades econômicas 1.1.4 Cultura 2 Proatividade <ul style="list-style-type: none"> 2.1 Definição 2.2 Pilares <ul style="list-style-type: none"> 2.2.1 Gestão do comportamento 2.2.2 Gestão do Futuro 2.2.3 Gestão da incerteza 2.2.4 Gestão da inovação 3 Relações Institucionais verticais e horizontais <ul style="list-style-type: none"> 3.1 Relação com pares 3.2 Relação com líderes 3.3 Relação com clientes internos e externos 3.4 Relação com subordinados 4 Ética <ul style="list-style-type: none"> 4.1 Códigos de ética 4.2 Ética nos relacionamentos profissionais 4.3 Discrição 4.4 Sigilo 4.5 Direito humanos 4.6 Direitos ambientais 4.7 Ética no tratamento de dados e informações: direito de imagem, privacidade, etc 5 Estruturação de apresentação digital (PPT, Prezi, Canva) dos resultados <ul style="list-style-type: none"> 5.1 Informações Introdutórias: objetivos da pesquisa, objeto pesquisado (perfil dos indivíduos ou grupos) e metodologia (métodos e técnicas de pesquisa aplicados) 5.2 Texto e imagens (fotos,

			<p>tabelas gráficas)</p> <p>5.3 Citações e referências</p> <p>5.4 Apresentação oral</p> <p>6 Apresentação dos resultados da pesquisa</p> <p>7 Técnicas de análise das informações coletadas</p> <p>7.1 Elaboração de diários de pesquisa</p> <p>7.2 Análise de discursos</p> <p>7.3 Análise matricial, quadros sinóticos</p> <p>7.4 Tratamento e análise estatística de dados (em caso de pesquisa quantitativa)</p> <p>8 Métodos e técnicas de pesquisa aplicados ao Design de Moda</p> <p>8.1 Pesquisa qualitativa</p> <p>8.1.1 Entrevistas em Profundidade/abertas: características, objetivos e aplicação</p> <p>8.1.2 Entrevistas em Grupo (Focus Group): características, objetivos e aplicação</p> <p>8.1.3 Observação Participante e coolhunting: características, objetivos e aplicação</p> <p>8.1.4 Fotografia e pesquisa</p> <p>8.1.5 Pesquisa na internet/netnografia: características, objetivos e aplicação</p> <p>8.1.6 Estudos de Caso: características, objetivos e aplicação</p> <p>8.2 Pesquisa quantitativa</p> <p>8.2.1 Questionários/entrevistas semi-estruturados: características, objetivos e aplicação</p> <p>8.2.2 Questionários/entrevistas estruturadas/fechadas: características, objetivos e aplicação</p> <p>9 O briefing da pesquisa e sua adequação</p> <p>9.1 Relação entre os Objetivos e a justificativa da pesquisa</p> <p>9.1.1 Coerência e pertinência do briefing da pesquisa</p> <p>9.2 Delimitação do Objeto da pesquisa</p> <p>9.2.1 Adequação do Perfil</p>
--	--	--	--

			<p>(socioeconômico, cultural etc.) dos Indivíduos ou grupos a serem pesquisados</p> <p>9.2.2 Cálculo da confiabilidade estatística da amostra (em caso de pesquisa quantitativa)</p> <p>9.2.3 Seleção de Fontes secundárias de pesquisa (de tendências de comportamento e consumo, de mercado, de referências estéticas, de varejo e de comunicação), relevantes no campo da moda</p> <p>9.3 Viabilidade da pesquisa</p> <p>9.3.1 Correlação entre prazo estabelecido X atividades exigidas X recursos disponíveis</p> <p>9.3.2 Elaboração de planejamento</p> <p>9.3.3 Cronograma da pesquisa</p> <p>10 Consumo</p> <p>10.1 Aspectos Econômicos</p> <p>10.1.1 Consumo e Não Consumo</p> <p>10.1.2 Necessidades e Demanda</p> <p>10.1.3 Sociedade de Consumo e Consumismo</p> <p>10.2 Aspectos Simbólicos</p> <p>10.2.1 Consumo como fato social total</p> <p>10.2.2 Consumo e Cultura material</p> <p>11 Tendências</p> <p>11.1 Conceito</p> <p>11.2 Pesquisa de Tendências e Foresight studies</p> <p>11.3 Macro e Micro tendências</p> <p>11.4 Global x Local</p> <p>11.5 Novidades e Inovação</p> <p>11.6 Cenários e Tendências</p>
--	--	--	---

Capacidades Socioemocionais

- Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade
- Demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas
- Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais
- Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação
- Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais
- Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a qualidade técnica de produtos e serviços
- Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de

sustentabilidade e as normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade

Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais

Ambientes Pedagógicos

- Biblioteca
- Sala de aula
- Laboratório de informática

Material Didático

- Apostilas
- Livros
- Normas e Publicações

Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas

- Computador com pacote de escritório e acesso à internet
- Quadro branco
- Projetor multimídia
- Tela de projeção

Observações/recomendações

- Sites
- Aplicativos

Módulo: ESPECÍFICO II

Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA

Unidade Curricular: Prototipagem e especificações técnicas do produto

Carga Horária: 120h

Função

F.2: Gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade, e com a cultura dos consumidores

Objetivo Geral: Propiciar o desenvolvimento de capacidades técnicas e científicas e de capacidades sociais, organizativas e metodológicas para viabilizar a execução de projetos de produtos de moda com ênfase em especificações técnicas, tecnologias digitais, ergonomia e diversidade populacional

CONTEÚDOS FORMATIVOS

Subfunção	Padrão de Desempenho	Capacidades Técnicas	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	1 Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Utilizar os sistemas de registro de informações disponibilizados pela empresa, em conformidade com o tipo de registro a ser efetuado	1 CONTEXTO SOCIOECONÔMICO 1.1 Variáveis 1.1.1 Cultura 1.1.2 Atividades econômicas 1.1.3 Local 1.1.4 Pessoas 2 PROATIVIDADE 2.1 Pilares
Viabilizar a execução de	2 Considerando as especificações técnicas	Avaliar as características do produto para definir	

projetos de produtos de moda	do projeto de produto de moda	os métodos e técnicas de produção adequados	<p>2.1.1 Gestão da inovação 2.1.2 Gestão da incerteza 2.1.3 Gestão do Futuro 2.1.4 Gestão do comportamento 2.2 Definição</p> <p>3 RELAÇÕES INSTITUCIONAIS VERTICAIS E HORIZONTAIS 3.1 Relação com subordinados 3.2 Relação com clientes internos e externos 3.3 Relação com líderes 3.4 Relação com pares</p> <p>4 ÉTICA 4.1 Ética no tratamento de dados e informações: direito de imagem, privacidade, etc 4.2 Direito industrial 4.3 Direito ambiental 4.4 Direito humanos 4.5 Sigilo 4.6 Discrição 4.7 Ética nos relacionamentos profissionais 4.8 Códigos de ética</p> <p>5 IDEAÇÃO E EXECUÇÃO NO PET 5.1 Prototipagem 5.1.1 Sequência operacional 5.1.2 Métodos ótimos 5.1.3 Cronometragem 5.1.4 Técnicas de montagem 5.2 Padronagem digital avançada (Estampas de engenharia) 5.3 Draping avançado 5.3.1 Tecidos planos avançados 5.3.2 Tecidos elásticos (malhas) 5.4 Modelagem computadorizada 5.4.1 Cloud Computing 5.4.2 Modelagem 3D / 4D 5.4.3 Gradação 5.4.4 Plotagem 5.4.5 Encaixe</p>
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	3 Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Correlacionar as especificações técnicas do produto com as propriedades dos materiais e processos produtivos da empresa	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	4 Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Identificar a necessidade de realização de testes de materiais em função das especificações técnicas do projeto	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	5 Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Analisar os resultados dos testes de materiais de acordo com as especificações técnicas do produto e dos equipamentos e máquinas disponíveis, para verificação da adequação dos materiais ao projeto de produto	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	6 Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Identificar as informações necessárias ao preenchimento da ficha técnica\produção em função dos procedimentos da empresa e das características do produto	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	7 Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Avaliar a dimensão e impacto de possíveis falhas, desvios e perdas que poderão ocorrer nas etapas do processo em função do atendimento aos requisitos do projeto	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	8 Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Identificar no projeto de produto de moda, as informações relativas ao produto a ser desenvolvido	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	9 Considerando os dados antropométricos, as especificidades do público consumidor e os requisitos da empresa	Reconhecer as técnicas de medição corporal – manual ou eletrônica, de acordo com as especificações do produto, capacidade do	

		instrumento de medição e o tipo de tecnologia aplicada	5.4.6 Desenho 5.4.7 Digitalização 5.5 Diversidade corporal 5.6 Gradação 5.7 Interpretação avançada em Tecidos Planos 5.8 Tecidos elásticos (malhas) 5.9 Modelagem plana 5.9.1 Pessoas com deficiência 5.9.2 Diversidade de segmentos (moda praia, lingerie, underwear) 5.9.3 Diversidade de idade 5.9.4 Diversidade de gênero 5.9.5 Diversidade corporal 5.9.6 Gradação 5.9.7 Interpretação avançada em Tecidos Planos 5.9.8 Tecidos elásticos (malhas)
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	10 Considerando os dados antropométricos, as especificidades do público consumidor e os requisitos da empresa	Reconhecer os diferentes biótipos, de acordo com o público consumidor e os requisitos da empresa	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	11 Considerando os dados antropométricos, as especificidades do público consumidor e os requisitos da empresa	Reconhecer as normas de padronização de medidas e tamanhos de acordo com os órgãos de normalização dos mercados internos e externos	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	12 Considerando os dados antropométricos, as especificidades do público consumidor e os requisitos da empresa	Correlacionar os materiais com as especificidades dos corpos do público consumidor (tônus musculares, textura da pele, flacidez)	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	13 Considerando os dados antropométricos, as especificidades do público consumidor e os requisitos da empresa	Reconhecer a tabela de medidas de corpo adequada ao público consumidor do produto a ser desenvolvido	6 IMERSÃO NO PET 7 PANORAMA DE PROTOTIPAGEM E ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO PRODUTO (PET)
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	14 Considerando os métodos e as técnicas de modelagem/prototipagem de produto de moda de acordo com as especificações técnicas e padrões estabelecidos pela empresa	Aplicar métodos e técnicas de prototipagem necessários ao processo de fabricação do produto identificado na ficha técnica/desenvolvimento	7.1 Aplicação 7.2 Avaliação 7.3 Compreensão 7.4 Briefing
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	15 Considerando os métodos e as técnicas de modelagem/prototipagem de produto de moda de acordo com as especificações técnicas e padrões estabelecidos pela empresa	Aplicar métodos e técnicas de modelagem necessários ao processo de fabricação do produto identificado na ficha técnica/desenvolvimento	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	16 Considerando os métodos e as técnicas de modelagem/prototipagem de produto de moda de acordo com as especificações técnicas e padrões estabelecidos pela empresa	Identificar quando necessário e pelo uso de técnicas e tecnologias específicas, soluções para resolver possíveis falhas, desvios e perdas que poderão ocorrer nas etapas de	

		modelagem\prototipagem	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	17 Considerando os métodos e as técnicas de modelagem/prototipagem de produto de moda de acordo com as especificações técnicas e padrões estabelecidos pela empresa	Identificar quando necessário e pelo uso de técnicas e tecnologias específicas, possíveis soluções para adequar o novo produto aos critérios de produção estabelecidos pela empresa	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	18 Considerando os métodos e as técnicas de modelagem/prototipagem de produto de moda de acordo com as especificações técnicas e padrões estabelecidos pela empresa	Correlacionar o tipo de material com a técnica de modelagem aplicada ao desenvolvimento do produto	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	19 Considerando os métodos e as técnicas de modelagem/prototipagem de produto de moda de acordo com as especificações técnicas e padrões estabelecidos pela empresa	Utilizar as medidas antropométricas do público consumidor da empresa para construção de bases de modelagem	

Capacidades Socioemocionais

- Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade
- Reconhecer os diferentes comportamentos das pessoas nos grupos e equipes e demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas
- Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais
- Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação
- Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais
- Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a qualidade técnica de produtos e serviços
- Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade

Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais

Ambientes Pedagógicos

- Sala de aula
- Laboratório de draping
- Laboratório de Informática
- Laboratório de corte
- Laboratório de modelagem
- Biblioteca
- Laboratório de costura

Material Didático

- Apostilas
- Normas

	<ul style="list-style-type: none"> • Livros • Publicações • Manuais de Produtos e Máquinas
Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> • Manequins de draping • Mesa de corte • Máquina de corte • Kit de régua de modelagem • CAD (pacote Audaces, pacote Adobe, Coreldraw, Rhinoceros) • Body Scanner • Simuladores • Instrumentos de medição • Computadores com acesso a internet • EPIs • cronômetro • Softwares básico de escritório (editor de texto, planilhas, apresentações) • Kit multimídia (projektor, tela, computador, caixa de som) • Kit de passadoria • Aparelhos e acessórios • Máquina de costura • EPCs • Bancada de modelagem
Observações/recomendações	<ul style="list-style-type: none"> • Sites • Aplicativos • Material de Consumo (Matéria Prima, aviamentos, insumos, papelaria)

Módulo: ESPECÍFICO II			
Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA			
Unidade Curricular: Processos Produtivos de Produtos de Moda			
Carga Horária: 105h			
Função: F.2: Gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade, e com a cultura dos consumidores			
Objetivo Geral: Propiciar o desenvolvimento de capacidades técnicas e científicos e de capacidades sociais, organizativas e metodológicas relativos aos processos produtivos de produtos de moda, respeitando procedimentos e normas técnicas, de qualidade, de saúde e segurança e de sustentabilidade			
CONTEÚDOS FORMATIVOS			
Subfunção	Padrão de Desempenho	Capacidades Técnicas	Conhecimentos

Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	1 Considerando os procedimentos da empresa para especificação técnica de produtos	Utilizar os sistemas de registro de informações disponibilizados pela empresa, em conformidade com o tipo de registro a ser efetuado	<p>1 Contexto socioeconômico</p> <p>1.1 Variáveis</p> <p>1.1.1 Pessoas</p> <p>1.1.2 Local</p> <p>1.1.3 Atividades econômicas</p> <p>1.1.4 Cultura</p> <p>2 Proatividade</p> <p>2.1 Definição</p> <p>2.2 Pilares</p> <p>2.2.1 Gestão do comportamento</p> <p>2.2.2 Gestão do Futuro</p> <p>2.2.3 Gestão da incerteza</p> <p>2.2.4 Gestão da inovação</p> <p>3 Relações Institucionais verticais e horizontais</p> <p>3.1 Relação com pares</p> <p>3.2 Relação com líderes</p> <p>3.3 Relação com clientes internos e externos</p> <p>3.4 Relação com subordinados</p> <p>4 Ética</p> <p>4.1 Códigos de ética</p> <p>4.2 Ética nos relacionamentos profissionais</p> <p>4.3 Descrição</p> <p>4.4 Sigilo</p> <p>4.5 Direito humanos</p> <p>4.6 Direitos ambientais</p> <p>4.7 Ética no tratamento de dados e informações: direito de imagem, privacidade, etc.</p> <p>5 Confeção 4.0</p> <p>5.1 Tecnologias emergentes</p> <p>5.2 Virtualização da criação e desenvolvimento do produto de moda</p> <p>5.3 Social manufacturing</p> <p>5.4 Purchase activated manufacturing</p> <p>5.5 Sistemas ciber físicos na confecção</p> <p>5.6 Mini fábricas</p> <p>6 Gestão de processos na confecção</p> <p>6.1 Capacidade e características da empresa</p> <p>6.2 Comunicação e fluxo de informações</p> <p>6.3 Sistemas de registro de informações</p> <p>6.4 Planejamento e controle</p>
Apoiar tecnicamente a produção de produtos de moda	2 Considerando a capacidade produtiva da empresa/fornecedor de acordo com o projeto de produto de moda	Identificar, quando necessário e pelo uso de técnicas e tecnologias específicas, possíveis soluções para adequar o produto à capacidade produtiva da empresa e aos critérios do projeto	
Apoiar tecnicamente a produção de produtos de moda	3 Considerando a capacidade produtiva da empresa/fornecedor de acordo com o projeto de produto de moda	Monitorar as etapas da produção a partir do cronograma de acordo com os prazos de lançamento, a capacidade produtiva da empresa e dos fornecedores, para garantir a pontualidade da entrega	
Apoiar tecnicamente a produção de produtos de moda	4 Considerando a capacidade produtiva da empresa/fornecedor de acordo com o projeto de produto de moda	Analisar problemas durante a produção do produto de moda em função da capacidade produtiva da empresa, se necessário, para minimizar impactos na qualidade do produto de moda	
Apoiar tecnicamente a produção de produtos de moda	5 Seguindo as especificações da Ficha Técnica/produção e da peça piloto de acordo com os padrões de qualidade estabelecidos pela empresa	Avaliar os impactos de possíveis alterações no projeto de produtos de moda em relação ao cliente para garantir o atendimento dos padrões de qualidade da empresa	
Apoiar tecnicamente a produção de produtos de moda	6 Seguindo as especificações da Ficha Técnica/produção e da peça piloto de acordo com os padrões de	Correlacionar as informações presentes na ficha técnica/produção e peça piloto com o produto de moda	

	qualidade estabelecidos pela empresa	confeccionado, de acordo com os padrões de qualidade da empresa	da produção (PCP) 6.5 Sistemas de fabricação (layout, Tipos de pacotes, tipos de transporte) 6.6 Processos Produtivos na confecção 6.6.1 Desenvolvimento de produto 6.6.2 Modelagem e prototipagem 6.6.3 Encaixe e corte 6.6.4 Produção 6.6.5 Acabamentos (produto confeccionado) 6.6.6 Controle de qualidade
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	7 Considerando os procedimentos da empresa para especificação técnica de produtos	Identificar as informações necessárias ao preenchimento da ficha técnica produção em função dos procedimentos da empresa e das características do produto	7 Gestão de custos e formação de preços 7.1 Conceitos, terminologias e classificação dos custos 7.2 Relações entre Custo, Volume e Lucro 7.3 Formação do preço de venda e métodos de precificação
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	8 Considerando os procedimentos da empresa para especificação técnica de produtos	Realizar, quando necessário, alterações no produto de moda, de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa	8 Logística 8.1 Interfaces da logística com suprimentos (fluxos puxados, empurrado, postergado) 8.2 Fluxos de informação 8.3 Estratégias de abastecimento 8.4 Transporte 8.5 Critérios de recebimento e armazenamento 8.6 Logística reversa
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	9 Considerando os procedimentos da empresa para especificação técnica de produtos	Correlacionar as especificações técnicas do produto de moda com os tipos de máquinas e equipamentos e acessórios aplicados aos processos de produção de produto de moda disponíveis na empresa	9 Gestão estratégica de produtos 9.1 Planejamento de compras 9.2 Definição e previsão de demanda (fontes de informação) 9.3 Composição de sortimento de produtos, linhas, famílias e coordenados 9.4 Abrangência, profundidade e consistência de linhas de produto 9.5 Estoque
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	10 Garantindo a adequação do protótipo do produto de moda aos critérios do projeto e parâmetros estabelecidos pela empresa	Avaliar o protótipo em relação às suas características e aspectos ergonômicos, estéticos e funcionais de acordo com os requisitos do projeto e os padrões de qualidade estabelecidos pela empresa	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	11 Garantindo a adequação do protótipo do produto de moda aos critérios do projeto e parâmetros estabelecidos pela empresa	Correlacionar às informações obtidas durante o desenvolvimento do protótipo com os critérios do projeto e os parâmetros estabelecidos pela empresa	

Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	12 Garantindo a adequação do protótipo do produto de moda aos critérios do projeto e parâmetros estabelecidos pela empresa	Identificar, quando necessário e pelo uso de técnicas e tecnologias específicas, possíveis soluções para adequar o protótipo aos critérios do projeto e parâmetros estabelecidos pela empresa	
Capacidades Socioemocionais			
<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade • Reconhecer os diferentes comportamentos das pessoas nos grupos e equipes e demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas • Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais • Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação • Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais • Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a qualidade técnica de produtos e serviços • Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade 			
Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais			
Ambientes Pedagógicos	<ul style="list-style-type: none"> • Biblioteca • Laboratório de modelagem • Laboratório de costura • Sala de Corte • Laboratório de informática • Sala de aula • Passadoria 		
Material Didático	<ul style="list-style-type: none"> • Manuais de Produtos e Máquinas • Apostilas • Normas • Livros • Publicações 		
Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> • Kit multimídia (projektor, tela, computador, caixa de som) • Máquina de costura • Simuladores • EPCs • Bancada de modelagem • Jogos de régua de modelagem • Manequins de draping • Mesa de corte • Máquina de corte • EPIs • Softwares básico de escritório (editor de texto, 		

	<ul style="list-style-type: none"> planilhas, • apresentações) • Aparelhos e acessórios • Instrumentos de medição • Computadores com acesso a internet
Recursos didáticos	<ul style="list-style-type: none"> • Sites • Aplicativos • Material de Consumo (Matéria Prima, aviamentos, insumos, • papelaria)

Módulo: ESPECÍFICO II			
Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA			
Unidade Curricular: Prototipagem e especificações técnicas de produto			
Carga Horária: 120h			
Função: F.2: Gerenciar o processo de desenvolvimento de produtos de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade, e com a cultura dos consumidores			
Objetivo Geral: Propiciar o desenvolvimento de capacidades técnicas e científicos e de capacidades sociais, organizativas e metodológicas para viabilizar a execução de projetos de produtos de moda com ênfase em especificações técnicas, tecnologias digitais, ergonomia e diversidade populacional.			
CONTEÚDOS FORMATIVOS			
Subfunção	Padrão de Desempenho	Capacidades Técnicas	Conhecimentos
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Utilizar os sistemas de registro de informações disponibilizados pela empresa, em conformidade com o tipo de registro a ser efetuado	1 CONTEXTO SOCIOECONÔMICO 1.1 Variáveis 1.1.1 Cultura 1.1.2 Atividades econômicas 1.1.3 Local 1.1.4 Pessoas
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Avaliar as características do produto para definir os métodos e técnicas de produção adequados	2 PROATIVIDADE 2.1 Pilares 2.1.1 Gestão da inovação 2.1.2 Gestão da incerteza 2.1.3 Gestão do Futuro 2.1.4 Gestão do comportamento 2.2 Definição
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Correlacionar as especificações técnicas do produto com as propriedades dos materiais e processos produtivos da empresa	3 RELAÇÕES INSTITUCIONAIS VERTICAIS E HORIZONTAIS 3.1 Relação com subordinados 3.2 Relação com clientes internos e externos 3.3 Relação com Líderes 3.4 Relação com pares
Viabilizar a execução de projetos de	Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de	Identificar a necessidade de realização de testes de materiais em função	4 ÉTICA 4.1 Ética no tratamento de dados e

produtos de moda	moda	das especificações técnicas do projeto	informações: direito de imagem, privacidade, etc
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Analisar os resultados dos testes de materiais de acordo com as especificações técnicas do produto e dos equipamentos e máquinas disponíveis, para verificação da adequação dos materiais ao projeto de produto	4.2 Direito industrial 4.3 Direito ambiental 4.4 Direito humanos 4.5 Sigilo 4.6 Discrção 4.7 Ética nos relacionamentos profissionais 4.8 Códigos de ética
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Identificar as informações necessárias ao preenchimento da ficha técnica produção em função dos procedimentos da empresa e das características do produto	5 IDEIAÇÃO E EXECUÇÃO NO PET 5.1 Prototipagem 5.1.1 Sequência operacional 5.1.2 Métodos ótimos 5.1.3 Cronometragem 5.1.4 Técnicas de montagem 5.2 Padronagem digital avançada (Estampas de engenharia) 5.3 Draping avançado 5.3.1 Tecidos planos avançados 5.3.2 Tecidos elásticos (malhas) 5.4 Modelagem computadorizada 5.4.1 Cloud Computing 5.4.2 Modelagem 3D / 4D 5.4.3 Gradação 5.4.4 Plotagem 5.4.5 Encaixe 5.4.6 Desenho 5.4.7 Digitalização 5.5 Diversidade corporal 5.6 Gradação 5.7 Interpretação avançada em Tecidos Planos 5.8 Tecidos elásticos (malhas) 5.9 Modelagem plana 5.9.1 Pessoas com deficiência 5.9.2 Diversidade de segmentos (moda praia, lingerie, underwear) 5.9.3 Diversidade de idade 5.9.4 Diversidade de gênero 5.9.5 Diversidade corporal 5.9.6 Gradação 5.9.7 Interpretação avançada em Tecidos Planos 5.9.8 Tecidos elásticos (malhas)
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Avaliar a dimensão e impacto de possíveis falhas, desvios e perdas que poderão ocorrer nas etapas do processo em função do atendimento aos requisitos do projeto	6 IMERSÃO NO PET 7 PANORAMA DE PROTOTIPAGEM E ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS DO PRODUTO (PET) 7.1 Aplicação 7.2 Avaliação 7.3 Compreensão 7.4 Briefing
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando as especificações técnicas do projeto de produto de moda	Identificar no projeto de produto de moda, as informações relativas ao produto a ser desenvolvido	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando os dados antropométricos, as especificidades do público consumidor e os requisitos da empresa	Reconhecer as técnicas de medição corporal – manual ou eletrônica, de acordo com as especificações do produto, capacidade do instrumento de medição e o tipo de tecnologia aplicada	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando os dados antropométricos, as especificidades do público consumidor e os requisitos da empresa	Reconhecer os diferentes biótipos, de acordo com o público consumidor e os requisitos da empresa	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando os dados antropométricos, as especificidades do público consumidor e os requisitos da empresa	Reconhecer as normas de padronização de medidas e tamanhos de acordo com os órgãos de normalização dos mercados internos e externos	
Viabilizar a execução de	Considerando os dados antropométricos, as	Correlacionar os materiais com as	

projetos de produtos de moda	especificidades do público consumidor e os requisitos da empresa	especificidades dos corpos do público consumidor (tônus musculares, textura da pele, flacidez)	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando os métodos e as técnicas de modelagem/prototipagem de produto de moda de acordo com as especificações técnicas e padrões estabelecidos pela empresa	Aplicar métodos e técnicas de prototipagem necessários ao processo de fabricação do produto identificado na Ficha Técnica/Desenvolvimento	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando os métodos e as técnicas de modelagem/prototipagem de produto de moda de acordo com as especificações técnicas e padrões estabelecidos pela empresa	Aplicar métodos e técnicas de modelagem necessários ao processo de fabricação do produto identificado na Ficha Técnica/Desenvolvimento	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando os métodos e as técnicas de modelagem/prototipagem de produto de moda de acordo com as especificações técnicas e padrões estabelecidos pela empresa	Identificar quando necessário e pelo uso de técnicas e tecnologias específicas, soluções para resolver possíveis falhas, desvios e perdas que poderão ocorrer nas etapas de modelagem\prototipagem	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando os métodos e as técnicas de modelagem/prototipagem de produto de moda de acordo com as especificações técnicas e padrões estabelecidos pela empresa	Identificar quando necessário e pelo uso de técnicas e tecnologias específicas, possíveis soluções para adequar o novo produto aos critérios de produção estabelecidos pela empresa	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando os métodos e as técnicas de modelagem/prototipagem de produto de moda de acordo com as especificações técnicas e padrões estabelecidos pela empresa	Correlacionar o tipo de material com a técnica de modelagem aplicada ao desenvolvimento do produto	
Viabilizar a execução de projetos de produtos de moda	Considerando os métodos e as técnicas de modelagem/prototipagem de produto de moda de acordo com as especificações técnicas e padrões estabelecidos pela empresa	Utilizar as medidas antropométricas do público consumidor da empresa para construção de bases de modelagem	
Capacidades Socioemocionais			
<ul style="list-style-type: none"> Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade 			

- Reconhecer os diferentes comportamentos das pessoas nos grupos e equipes e demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas
- Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais
- Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação
- Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais
- Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a qualidade técnica de produtos e serviços
- Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade

Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais

Ambientes Pedagógicos	<ul style="list-style-type: none"> • Sala de aula • Laboratório de draping • Laboratório de Informática • Laboratório de corte • Laboratório de modelagem • Biblioteca • Laboratório de costura
Material Didático	<ul style="list-style-type: none"> • Apostilas • Normas • Livros • Publicações • Manuais de Produtos e Máquinas
Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> • Manequins de draping • Mesa de corte • Máquina de corte • Kit de régua de modelagem • CAD (pacote Audaces, pacote Adobe, Coreldraw, Rhinoceros) • Body Scanner • Simuladores • Instrumentos de medição • Computadores com acesso a internet • EPIs • cronômetro • Softwares básico de escritório (editor de texto, planilhas, apresentações) • Kit multimídia (projetor, tela, computador, caixa de som) • Kit de passadoria • Aparelhos e acessórios • Máquina de costura • EPCs • Bancada de modelagem
Recursos didáticos	<ul style="list-style-type: none"> • Sites • Aplicativos • Material de Consumo (Matéria Prima, aviamentos, insumos, papelaria)

Módulo: ESPECÍFICO III

Perfil Profissional: DESIGNER DE MODA

Unidade Curricular: Projeto de Comunicação de Produtos e Serviços de Moda

Carga Horária: 155h

Função:

F.3: Promover a comunicação de produtos e serviços de moda de acordo com os padrões estabelecidos pela empresa e pelo público consumidor, seguindo normas técnicas, de saúde e segurança do trabalho, princípios de gestão da qualidade e de sustentabilidade

Objetivo Geral: Propiciar o desenvolvimento das capacidades técnicas e científicas e de capacidades sociais, organizativas e metodológicas relativas à elaboração de briefing e ao apoio e viabilização de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda, respeitando procedimentos e normas técnicas, de qualidade, de saúde e segurança e de sustentabilidade

CONTEÚDOS FORMATIVOS

Subfunção	Padrão de Desempenho	Capacidades Técnicas	Conhecimentos
Elaborar briefing para projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	1 Considerando o projeto de produtos de moda a ser comunicado e os parâmetros estabelecidos pela empresa	Identificar os prazos estabelecidos pela empresa para comunicação e lançamento do produto e ou serviço de moda, para construção do cronograma do projeto de comunicação	1 Contexto socioeconômico 1.1 Variáveis 1.1.1 Pessoas 1.1.2 Local 1.1.3 Atividades econômicas 1.1.4 Cultura 2 Proatividade 2.1 Definição 2.2 Pilares 2.2.1 Gestão do comportamento 2.2.2 Gestão do Futuro 2.2.3 Gestão da incerteza 2.2.4 Gestão da inovação
Elaborar briefing para projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	2 Considerando o projeto de produtos de moda a ser comunicado e os parâmetros estabelecidos pela empresa	Identificar elementos conceituais no projeto de produto para direcionar a elaboração do briefing	3 Relações Institucionais verticais e horizontais 3.1 Relação com pares 3.2 Relação com líderes 3.3 Relação com clientes internos e externos 3.4 Relação com subordinados
Elaborar briefing para projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	3 Considerando as especificidades dos canais de comunicação e a cultura dos públicos de interesse	Identificar, no projeto de produto, as características dos públicos de interesse que deverão ser alcançados pelo projeto de comunicação	4 Ética 4.1 Códigos de ética 4.2 Ética nos relacionamentos profissionais 4.3 Discrição 4.4 Sigilo 4.5 Direitos humanos 4.6 Direito ambiental 4.7 Direito industrial
Elaborar briefing para projetos de comunicação de produtos e	4 Considerando as especificidades dos canais de comunicação e a	Correlacionar os canais de comunicação da empresa com os	

serviços de moda	de cultura dos públicos de interesse	canais existentes para cessar aos públicos de interesse para definição dos meios mais eficazes de comunicação dos produtos e ou serviços de moda	<p>4.8 Direito de imagem</p> <p>4.9 Ética no tratamento de dados e informações: direito de imagem, privacidade, etc.</p> <p>5 Feedback do PCM</p> <p>5.1 Avaliação de conteúdo</p> <p>5.2 Eficiência de comunicação</p> <p>6 Apresentação do PCM</p> <p>6.1 Elaboração do Briefing de criação</p> <p>6.1.1 Descrição do Produto</p> <p>6.1.2 Perfil do Público-alvo</p> <p>6.1.3 Descrição dos objetivos</p> <p>6.1.4 Imagens da Marca</p> <p>6.1.5 Cronograma</p> <p>6.1.6 Orçamento</p> <p>6.1.7 Canais de Comunicação</p> <p>6.1.8 Comunicação integrada</p> <p>6.2 Comunicação visual</p> <p>6.2.1 Identidade visual</p> <p>6.2.2 Tipografia</p> <p>6.2.3 Layout</p> <p>6.2.4 Diagramação</p> <p>6.2.5 Papelaria</p> <p>6.2.6 Embalagem</p> <p>6.2.7 Produtos promocionais</p> <p>6.3 Ilustração de moda</p> <p>6.3.1 Desenho de criação</p> <p>6.3.2 Ilustração manual</p> <p>6.3.3 Ilustração digital</p> <p>6.4 Imagem de moda</p> <p>6.4.1 Fotografia</p> <p>6.4.2 Vídeo</p> <p>6.5 Produção de moda</p> <p>6.5.1 Styling</p> <p>6.5.2 Curadoria</p> <p>6.5.3 Eventos</p> <p>6.5.4 Desfile</p> <p>6.5.5 Feiras</p> <p>6.6 Projetos gráficos</p> <p>6.6.1 Catálogo</p> <p>6.6.2 Look book</p> <p>6.6.3 Materiais promocionais</p> <p>6.6.4 Outras peças gráficas</p> <p>6.7 Visual merchandising</p> <p>6.7.1 Conceito</p> <p>6.7.2 Histórico</p>
Apoiar a elaboração de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	5 Considerando o briefing do projeto	Identificar, no briefing e no projeto de produto, os elementos conceituais que devem estar contemplados no projeto de comunicação	
Apoiar a elaboração de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	6 Considerando o briefing do projeto	Identificar, no briefing e no projeto de produto, os parâmetros técnicos dos produtos e ou serviços de moda que devem estar contemplados no projeto de comunicação	
Apoiar a elaboração de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	7 Considerando o briefing do projeto	Identificar no briefing e nas diretrizes estabelecidas pelas empresas os prazos que devem ser considerados para elaboração do cronograma do projeto de comunicação	
Apoiar a elaboração de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda Viabilizar a execução de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	8 Considerando as normas técnicas e legais relativas a ambientes públicos e privados, direitos de uso de imagem, de áudio, propriedade intelectual e do mundo digital e de segurança do trabalho 9 Considerando as normas técnicas e legais relativas a ambientes públicos e	Identificar nas normas técnicas, legais e regulamentadoras os requisitos aplicáveis ao projeto de comunicação	

	privados, direitos de uso de imagem, de áudio, propriedade intelectual e do mundo digital e de segurança do trabalho		6.7.3 Ambiente de venda 6.7.4 Vitrinismo 6.8 Digital merchandising 6.8.1 Conceito 6.8.2 Dispositivos 6.8.3 Site 6.8.4 E-commerce 6.8.5 Blog 6.8.6 Redes sociais 6.8.7 Aplicativos 6.8.8 Técnicas para produção de conteúdo 6.8.9 Novas tecnologias 6.9 Portfólio 6.9.1 Currículo 6.9.2 Portfólio físico 6.9.3 Portfólio digital 6.9.4 Curadoria de trabalhos 6.9.5 Construção 6.9.6 Apresentação 6.10 Comunicação e normas 6.10.1 Normas técnicas 6.10.2 Regulamentação 6.10.3 Direito autoral 6.10.4 Direito de uso de imagem 7 Execução do PCM 8 Ideação do PCM 9 Imersão no PCM 10 Panorama do Projeto de Comunicação de Moda (PCM)
Apoiar a elaboração de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	10 Considerando os recursos humanos, físicos, materiais e financeiros necessários, de acordo com briefing	Correlacionar os recursos financeiros disponibilizados pela empresa com os recursos necessários para o atendimento ao projeto de comunicação	
Apoiar a elaboração de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	11 Considerando os recursos humanos, físicos, materiais e financeiros necessários, de acordo com briefing	Especificar as características dos recursos necessários para o atendimento do projeto de comunicação	
Apoiar a elaboração de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	12 Considerando as especificidades dos canais de comunicação e a cultura dos públicos de interesse	Analisar as linguagens a serem utilizadas no projeto de comunicação em função dos públicos de interesse que deverão ser alcançados pelo projeto de comunicação	
Apoiar a elaboração de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	13 Considerando as especificidades dos canais de comunicação e a cultura dos públicos de interesse	Analisar as características dos canais de comunicação definidos no briefing para definição dos meios mais eficazes de comunicação dos produtos e ou serviços de moda	
Viabilizar a execução de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	14 Considerando o projeto de comunicação de produto e ou serviço de moda e os parâmetros estabelecidos pela	Identificar, por meio de técnicas e tecnologias, possíveis soluções para ajuste no escopo do projeto de acordo com os	

	empresa	requisitos do projeto de comunicação	
Viabilizar a execução de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	15 Considerando o projeto de comunicação de produto e ou serviço de moda e os parâmetros estabelecidos pela empresa	Identificar, no projeto de comunicação, as características e especificações do projeto, para garantir a execução em conformidade com o planejado	
Viabilizar a execução de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	16 Considerando as normas técnicas e legais relativas a ambientes públicos e privados, direitos de uso de imagem, de áudio, propriedade intelectual e do mundo digital e de segurança do trabalho	Identificar os possíveis impactos socioambientais dos projetos de moda para ajustes no escopo do projeto, se necessário	
Viabilizar a execução de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	17 Considerando as especificidades dos canais de comunicação e a cultura dos públicos de interesse	Identificar, por meio de técnicas e tecnologias, possíveis soluções para ajuste no escopo do projeto visando à eficácia da comunicação	
Viabilizar a execução de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	18 Considerando as especificidades dos canais de comunicação e a cultura dos públicos de interesse	Analisar a eficácia da comunicação dos produtos e ou serviços de moda, por meio da avaliação do conteúdo comunicado e sua difusão e alcance nos canais de comunicação definidos	
Viabilizar a execução de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	19 Considerando os resultados de avaliação do projeto de comunicação de produtos e serviços de moda, de acordo com os requisitos do projeto e os parâmetros estabelecidos pela empresa	Identificar, por meio de técnicas e tecnologias, possíveis soluções para ajuste no escopo do projeto visando a eficácia da comunicação	

Viabilizar a execução de projetos de comunicação de produtos e serviços de moda	20 Considerando os resultados de avaliação do projeto de comunicação de produtos e serviços de moda, de acordo com os requisitos do projeto e os parâmetros estabelecidos pela empresa	Correlacionar os resultados da avaliação com os requisitos do projeto e os parâmetros estabelecidos pela empresa para verificação da eficácia e eficiência do projeto	
Capacidades Socioemocionais			
<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecer os princípios da organização no desenvolvimento das atividades sob a sua responsabilidade • Demonstrar espírito colaborativo em atividades coletivas • Identificar os conceitos básicos acerca da ética nas ações e nas relações interpessoais • Reconhecer a importância do conhecimento como fonte de inovação • Reconhecer o conceito e a importância da visão sistêmica no desenvolvimento das atividades profissionais • Demonstrar flexibilidade, adaptando-se às diretrizes, normas e procedimentos da empresa, de forma a assegurar a qualidade técnica de produtos e serviços • Reconhecer os princípios e normas de higiene e saúde, os procedimentos de qualidade e de sustentabilidade e as normas de segurança aplicáveis às atividades sob a sua responsabilidade 			
Ambientes pedagógicos, com relação de equipamentos, máquinas, ferramentas, instrumentos e materiais			
Ambientes Pedagógicos	<ul style="list-style-type: none"> • Laboratório de corte • Biblioteca • Laboratório de modelagem • Laboratório de costura • Laboratório de informática • Sala de aula • Laboratório de draping 		
Material Didático	<ul style="list-style-type: none"> • Manuais de Produtos e Máquinas • Laboratório de fotografia • Apostilas • Normas • Livros • Publicações 		
Máquinas, Equipamentos, Instrumentos e Ferramentas	<ul style="list-style-type: none"> • Softwares básico de escritório (editor de texto, planilhas, apresentações) • Kit de passadoria • Aparelhos e acessórios • Máquina de costura • Mesa Digitalizadora • Simuladores • EPCs • Bancada de modelagem • Manequins de draping • Mesa de corte • Máquina de corte • Kit de régua de modelagem • Máquina fotográfica • Tripé 		

Observações/recomendações	<ul style="list-style-type: none"> • Flash • CAD (pacote Audaces, pacote Adobe, Coreldraw, Rhinoceros) • EPIs • cronômetro • Kit multimídia (projetor, tela, computador, caixa de som) • Instrumentos de medição • Computadores com acesso a internet • Sites • Aplicativos • Material de Consumo (Matéria Prima, aviamentos, insumos, papelaria)
----------------------------------	---

5.5. TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC OU ESTÁGIO SUPERVISIONADO OU PRÁTICA PROFISSIONAL NA EMPRESA OU SAGA SENAI DE INOVAÇÃO OU SAEP

5.5.1. Trabalho de Conclusão de Curso - TCC

O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é uma atividade extracurricular obrigatória que, quando realizado, pelo aluno do Curso Técnico é desenvolvida e aprimorada ao longo as unidades curriculares último módulo do curso, sendo entregue em uma unidade curricular de projeto. A atividade consiste na mobilização dos conhecimentos específicos no desenvolvimento de uma solução que explore o potencial do aluno na investigação e produção de documentação técnica, culminando em sua apresentação oral na defesa de sua ideia. Se configura num projeto didático produzido na área do curso como resultado de uma situação desafiadora de aprendizagem.

5.5.2. Estágio Supervisionado ou Prática Profissional na Empresa

O Estágio Supervisionado ou Prática Profissional na Empresa são atividades extracurriculares que, quando realizadas, cumprirão carga horária mínima de 100 horas, podendo ser desenvolvido a partir do 3º módulo do curso, momento que possibilitará ao aluno estabelecer relação entre teoria e prática, confrontando seus saberes adquiridos na formação profissional com as situações reais de trabalho da

ocupação. A realização destas atividades é alternativa ao Trabalho de Conclusão de Curso, podendo substituí-lo.

A equipe formada por docente e supervisão pedagógica orientará os discentes quanto ao mercado de trabalho em busca de vagas de estágio por meio do portal do Instituto Euvaldo Lodi – IEL, organização responsável pela intermediação e alinhamento entre as empresas e instituições em função da realização de estágio para alunos de cursos técnicos.¹

O cumprimento das atividades e carga horária do Estágio Supervisionado ou Prática Profissional é acompanhado por meio do instrumento Plano de Estágio adotado pelo IEL e encaminhado à Empresa, ao SENAI e ao aluno, podendo esse acompanhamento ser in loco ou a distância.

Com efeito, no acompanhamento realizado in loco, a supervisão pedagógica e orientador de estágio deverão registrar por meio de relatório as observações feitas durante a visita, para compor a avaliação do referido estágio. Quando houver a situação em que o acompanhamento for realizado à distância, a supervisão pedagógica e orientador de estágio manterão comunicar-se com o responsável pelo estagiário na empresa, com a finalidade de obter os registros necessários para a avaliação do estágio.

O aluno que atua profissionalmente no curso pretendido, poderá substituir o relatório de estágio por relatório de experiência profissional, conforme prevê o Art.95 do Regimento Comum do SENAI RN.

§ 1º - Para que a experiência profissional do aluno seja aproveitada para fins de dispensa do estágio supervisionado, as atividades desenvolvidas pelo aluno no trabalho devem manter afinidade direta com as atividades curriculares, sendo necessário o parecer de um docente da área a esse respeito.

§ 2º - O aproveitamento da experiência profissional para fins de dispensa do estágio supervisionado deve ser requerido formalmente, pelo aluno, na Secretaria Escolar.

¹ Disponível em: sne.iel.org.br.

Na execução das atividades denominadas Práticas Profissionais será gerida conforme orientação da supervisão e acompanhamento do docente da instituição. A prática profissional na empresa é compreendida como um componente curricular que busca a formação integral do sujeito, oportunizando sua atuação no mundo do trabalho, em constantes mudanças e desafios.

5.5.3. Saga SENAI de Inovação

A Saga SENAI de Inovação é uma atividade extracurricular cujo itinerário é escalado em três eventos organizados pelo SENAI em nível Regional ou Nacional, são eles: o Grand Prix SENAI de Inovação; Desafio SENAI de Projetos Integradores e Inova SENAI.

Nessas oportunidades grupos de, no mínimo 02 (cinco) alunos, podem se dedicar em desenvolver soluções para problemas propostas pela Indústria e sociedade, envolvendo as etapas de ideação, pesquisa e desenvolvimento dessas soluções.

A participação no Desafio SENAI de Projetos Integradores e Inova SENAI com boa avaliação das soluções propostas com base nos critérios estabelecidos pela organização da edição de cada evento são uma alternativa ao Trabalho de Conclusão de Curso, podendo substituí-lo.

5.5.4. Sistema de Avaliação da Educação Profissional – SAEP

O Sistema de Avaliação da Educação Profissional (SAEP) é uma metodologia de aferição da qualidade da educação profissional aplicada em escala pelo SENAI. Nela é possível avaliar o desempenho estudantil do aluno a nível teórico e prático do aluno quanto as competências de técnicas adquiridas na formação no curso pretendido, gerando indicadores em relação ao curso ofertado, escola e desempenho estudantil.

O aluno que participar do SAEP e alcançar o desempenho, no mínimo, 7,6 na prova objetiva (online) e desempenho acima de 8,0 na prova prática, poderá se isentar da responsabilidade da realização do Trabalho de Conclusão de Curso, sendo a nota atribuída no exame uma referência para indicação da nota para a Unidade Curricular de TCC.

6. CRITÉRIO DE APROVEITAMENTO DE CONHECIMENTOS E EXPERIÊNCIAS ANTERIORES

A avaliação dos conhecimentos e experiências anteriores dar-se-á em conformidade com o Regimento das Unidades Operacionais do SENAI/RN e a Resolução CNE/CEB nº 06/2012, para fins de aproveitamento de saberes profissionais desenvolvidos em experiências de trabalho ou de estudos formais e não formais, como uma forma de valorização da experiência extraescolar do aluno, objetivando a continuidade de estudos do itinerário formativo do curso técnico.

Para prosseguimento de estudos, a unidade escolar ofertante do curso poderá promover o aproveitamento de conhecimentos e experiências anteriores ao aluno, desde que diretamente relacionados com o perfil profissional de conclusão da respectiva qualificação ou habilitação profissional, que tenham sido desenvolvidos:

- a) Conhecimentos anteriores que tenham sido desenvolvidos:
 - Em cursos destinados à formação inicial e continuada ou qualificação profissional de, no mínimo, 160 horas de duração;
 - Em disciplina(s)/unidade(s) curricular(es) concluída(s) em outros cursos de Educação Profissional Técnica de Nível Médio;
 - Em disciplina(s)/unidade(s) curricular(es) concluídas em cursos de educação profissional e tecnológica de graduação e de pós-graduação;
 - Em processos formais de certificação profissional, devidamente reconhecidos.
- b) Concessão de aproveitamento de estudos nos critérios e equivalentes a:
 - O conteúdo formativo/ementa da unidade curricular cursada deve ser maior ou igual a 75% do conteúdo formativo/ementa da unidade curricular pleiteada;
 - A carga horária da unidade curricular cursada deve ser maior ou igual a 75% da carga horária da unidade curricular pleiteada;
 - A possibilidade de aproveitamento conjunto de duas ou mais unidades curriculares cursadas para dispensa de uma, desde

que reunidas no mesmo processo, atendendo ao estabelecido nos incisos I e II deste Artigo;

- A utilização de uma unidade curricular cursada no mesmo processo para a dispensa de duas ou mais, desde que atendam ao estabelecido nos incisos I e II deste Artigo.

O interessado em solicitar o aproveitamento de estudo deverá apresentar à secretaria escolar, os seguintes documentos, legalmente reconhecidos:

- a) Histórico escolar atualizado, no qual constem os componentes curriculares cursados com suas respectivas cargas horárias e resultados obtidos;
- b) O plano de curso da disciplina que o interessado deseja solicitar o aproveitamento;
- c) O formulário de solicitação de aproveitamento de estudos preenchido e assinado pelo interessado, disponível na secretaria escolar da unidade escolar.

A secretaria escolar encaminhará a solicitação juntamente com os documentos para coordenação pedagógica responsável do curso, que deverá definir a comissão de especialistas para apreciação e análise e possível aprovação, no prazo de 30 (trinta) dias.

Ocorrendo dispensa da disciplina, a Coordenação pedagógica do Curso encaminhará o aproveitamento do estudo para secretaria escolar que entrará em contato com o interessado para os devidos registros no SGE – Sistema de Gerenciamento Escolar e dossiê do aluno.

7. CRITÉRIOS E PROCEDIMENTOS DE AVALIAÇÃO

Os critérios e procedimentos estabelecidos para Avaliação da aprendizagem são regidos pela instituição por meios de seus documentos norteadores, como o Projeto Político Pedagógico, o Regimento Comum das Unidades Operacionais do SENAI em seu Capítulo VII, Artigos 71 a 79 e na Metodologia SENAI DE Educação Profissional.

Nessa direção de entendimento, cada docente desenvolverá a avaliação com base em critérios de desempenhos críticos e desejáveis descritos de forma objetiva, de modo a tornar inequívoco o julgamento do docente acerca dos resultados alcançados pelo aluno durante a realização de uma atividade avaliativa. Esses critérios devem ser definidos à luz do planejamento didático contextualizado dialeticamente, considerando as funções diagnóstica, formativa e somativa da avaliação, na perspectiva do desenvolvimento de competências. Desta forma, a avaliação deve ser planejada de forma sistemática e contínua, tendo como foco:

- a) A identificação de competências já dominadas pelo aluno;
- b) As atividades realizadas de forma individual ou em grupo;
- c) Os testes e exercícios realizados no processo formativo;
- d) A integração entre teoria e prática;
- e) A Verificação dos avanços e dificuldades do educando no processo de apropriação e recriação das competências, para orientá-lo na melhoria do seu desempenho em função do trabalho desenvolvido;
- f) No emprego de técnicas e instrumentos diversificados em conformidade com a natureza das competências e habilidades propostas e com os métodos de ensino/aprendizagem utilizados;
- g) No desenvolvimento de atitudes de autoavaliação do aluno, bem como sua integração com o docente na discussão dos resultados, através do uso de técnicas adequadas a esse fim;
- h) Na verificação do desempenho final do aluno, de acordo com os critérios de desempenho previamente estabelecidos;
- i) Na avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso – TCC;
- j) Na orientação de decisões de ingresso no mercado ou de prosseguimento de estudos.

Será assegurada ao aluno oportunidade múltipla de expressão de seus conhecimentos, bem como o desenvolvimento de uma atitude de autoavaliação.

Para avaliação das competências também serão realizados, trabalhos individuais como testes, trabalhos grupais, seminários e ainda avaliação das atividades práticas.

A tradução em nota dos resultados obtidos pelos alunos nos diversos momentos avaliativos observará a escala de 0,0 (zero) a 10,0 (dez), sendo 7,0 (sete) a nota mínima para aprovação em cada unidade curricular. Com 80% do curso realizado o aluno do curso técnico deverá participar da Avaliação de Desempenho do Estudante – ADE em conformidade com os critérios estabelecidos pela coordenação nacional do SAEP – Sistema de Avaliação de Desempenho Estudantil, indicado no Art. 79 do Regimento Comum do SENAI RN.

Os resultados da avaliação da aprendizagem dos componentes curriculares e das provas objetivas e práticas do SAEP deverão subsidiar a avaliação educacional da escola no tocante à melhoria dos currículos, ambientes de aprendizagem, metodologias, formas de capacitação dos docentes, entre outros.

7.1. CONTROLE DE FREQUÊNCIA

A frequência às aulas e demais atividades escolares é obrigatória, havendo justificativa de faltas somente nos casos formalmente estabelecidos no Regimento Comum das Unidades Escolares do SENAI/RN.

Exigir-se-á do aluno frequência mínima de 75% do total de horas/aula de cada componente curricular, com vistas à sua aprovação.

Caso haja o registro de realização de aulas remotas nos cursos presenciais respeitado o limite máximo de 20% da carga horária total do curso permitido para essa habilitação no CNCT, a frequência dos alunos será registrada como falta justificada associada à situação de aula mediada por tecnologia, conforme previsto no Regimento Comum das Unidades Escolares do SENAI/RN, não cabendo no cômputo geral de faltas do aluno, a contabilização dessas faltas não justificadas correspondentes ao período em que o aluno esteve participando de aulas não presenciais.

7.2. DA PROMOÇÃO

Será considerado promovido ou concluinte dos estudos o educando que, ao final do período letivo, obtiver em cada Unidade Curricular Nota Final (NF), expressa em números inteiros, iguais ou superiores a 70 (setenta), numa escala de 0 a 100 e

ainda, com frequência mínima de 75% da carga horária total de cada Unidade Curricular.

7.3. DA RECUPERAÇÃO

A recuperação do aluno com desempenhos insatisfatórios ocorrerá durante o processo educacional com novas situações de aprendizagem por meio de atividades diversificadas, em ambientes pedagógicos, em que o docente a partir da ação educativa desencadeará e criará novas situações desafiadoras e dará atendimento ao educando, por meio de atividades diversificadas, tais como: trabalhos individuais e em grupo, testes teórico/prático, práticas de laboratório, pesquisas, projetos, entre outros, para alcançar o desempenho desejável requerido para aprovação.

8. BIBLIOTECA, INSTALAÇÕES E EQUIPAMENTOS

Para o desenvolvimento das atividades do Curso Técnico em Design de Moda, o CET Clóvis Motta, dispõe de laboratórios de Moda, vestuário abrangendo os segmentos Desenho Técnico, Alfaiataria, Costura Industrial; Risco, Enfesto e Corte Industrial; Modelagem Industrial e Mecânica de Manutenção de Máquina de Costura Industrial, as quais inclui máquinas, equipamentos e acessórios adequados à execução dos seus programas.

A Sala de aula para Desenho é composta por 29 pranchetas com gavetas apropriadas para guarda de instrumentos como: curvas, réguas e demais materiais de escritas. Salas de aulas convencionais são climatizadas, iluminada com mesas e cadeiras ergonomicamente adequadas, quadro branco, televisão, projetor multimídia fixo, e local para acondicionamento de computador.

Os laboratórios de informática/CAD possuem 20 computadores em cada ambiente, atendendo à demanda de um aluno por máquina, instalados com softwares específicos no sistema Office e softwares para desenho de moda e construção de modelagem.

A biblioteca é estruturada com nove computadores para pesquisa, três cabines individuais para estudo, duas mesas para atividades em grupo, 110 guarda

volumes sinalizados com base na CDU – Classificação Universal Dewey. O ambiente é climatizado, com sala de processamento técnico e rede wireless. Também viabiliza pesquisa bibliográfica, através de acervo específico têxtil/Vestuário ou obtenção de informações on-line. Estas auxiliam, sobremaneira, o trabalho desenvolvido pela Educação Profissional (EP), disponibilizando informações a docentes, técnicos, discentes empresários e comunidade em geral.

ACERVO BIBLIOGRÁFICO DA ÁREA DO CURSO

Item	Livro	Qtde
1	Aflalo, Diana. Dicionário de termos de moda: mais de 2000 verbetes para entender o mundo fashion. São Paulo (SP): Publifolha, 2007. 101 p. ISBN 9788574028101	1
2	Amaden Crawford, Connie. Costura de moda: técnicas avançadas . Porto Alegre (RS): Bookman, 2015. 207 p. ISBN 9788582602942	1
3	A BÍBLIA DA COSTURA: o passo a passo de técnicas para fazer roupas e acessórios . Tradução Alessandra Mussi e et al. Rio de Janeiro: Reader's Digest, 2009.	3
4	ABRANCHES, Gerson Pereira; BRASILEIRO JÚNIOR, Alberto. Manual da gerência de confecção: a indústria de	2
5	AGUIAR NETO, Pedro Pita. Fibras Têxteis . Rio de Janeiro: SENAI-DN, 1996. 2 v.	3
6	ALBUQUERQUE, Florival Ferreira. Controle de qualidade na indústria de fiação e tecelagem . Rio de Janeiro: CETIQT/SENAI, 1998. Vol.1 154 p. il.	1
7	AMADEN-CRAWFORD, Connie. Costura de moda: técnicas avançadas . Porto Alegre: Bookman, 2015.	3
8	Análise Setorial: exportações de produtos têxteis e confecções . S.l.: Gazeta mercantil, 2001. 98p.	1
9	ARNALD, José de Santana. A máquina de costura industrial . Recife: SENAI – PE, 1981. 36 p. il.	2
10	ARNALD, José de Santana. Operador de máquina automática de casear . Recife: SENAI – PE, 1984. 38 p. il.	2
11	ARNALD, José de Santana. Operador de máquina automática de travetar . Recife: SENAI – PE, 1984. 43 p. il.	2
12	ARNALD, José de Santana. Operador máquina automática de pregar botão . Recife: SENAI – PE, 1983. 36 p. il.	2
13	ARUTA, Francisco Casa. Diccionario de la Industria Textil . Madrid: Labor, 1969. [s.p.]. il.	1
14	BARTHES, Roland. Sistema da Moda . Lisboa: 1999. 353 p. Signos 35.	2
15	BASILE, Aissa Heu; LEITE, Ellen Massucci. Como pesquisar moda na Europa e nos EUA . In: BASILE, AISSA HEU. São Paulo: SENAC, 1996. 196 p. il.	1
16	BAUDOT, François. A century of fashion . S.l: Thames & Hudson, 1999. 400 p. il.	1
17	BAUDOT, François. CHANEL . São Paulo: COSAC & NAIFY, 1999. 80 p. (Universo da Moda).	1
18	BEIGBEDER, Frederic. O Universo da Moda Barbie . Cosac & Naify. São Paulo: 2000.	3
19	BÊNÁÏM, Laurence. Issey Miyake . São Paulo: COSAC & NAIFY, 1999. 79	1

	p. (Universo da Moda).	
20	BERGÉ, Pierre. Yves SaintLaurent . São Paulo: COSAC & NAIFY, 1999. 79 p. (Universo da Moda).	1
21	BERNARD, Malcolm. Moda e comunicação . Rio de Janeiro: Rocco, 2003. 267 p.	1
22	BRADSTÄTTER, Christian. Klimt & a moda . São Paulo: Cosac & Naify, 2000. 79 p. il.	2
23	BRAGA, João. História da Moda: uma narrativa . São Paulo: Anhembi Morumbi. 2004. 111 p. ISBN 8587370154	1
24	Braga, João. História da moda no Brasil: das influências às autorreferências. 2.ed. São Paulo (SP): Disal Editora, 2011. 635 p. ISBN 978-85-7844-094-7	3
25	Basile, Aissa Heu. Como pesquisar moda na Europa e no EUA . São Paulo (SP): Senac SP, 1996. 201 p. ISBN 9788585578749	1
26	BUENO, Dinah. Moda fácil . Ed. Códex.	5
27	CAMARGOS, Helton. Controles para a indústria têxtil . São Pulo: Ícone, 1997. 294 p. il.	5
28	CASTILHO, Kathia; GARCIA, Carol (org.). Moda Brasil: fragmentos de um vestir tropical . São Paulo: Anhembi Morumbi, 2001. 157 p. il.	6
29	CASTRO, Inês de. A moda no trabalho . São Paulo, 2002. 160 p.	2
30	CATELLANI, Regina Maria. Moda ilustrada de A a Z . Barueri: Manole, 2003. 728 p. il.	4
31	Carvalho, André. A moda imita a vida: como construir uma marca de moda . São Paulo (SP): Paralela, 2020. 343 p. ISBN 9788584391622	1
32	Crane, Diana. A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas . São Paulo (SP): Senac SP, 2006. 499 p. ISBN 8573594845	2
33	Defeitos em tecidos planos . Rio de Janeiro: CETIQT/SENAI, 1984. 2 v.	2
34	Design de moda: olhares diversos . São Paulo (SP): Estação das letras e cores, 2008. 423 p. ISBN 9788560166060	6
35	Donovan, Bill. Desenho de moda avançado: ilustração de estilo . São Paulo (SP): Senac SP, 2010. 189 p. ISBN 9788573599275	2
36	DORFLES, Gillo. A moda da moda . Lisboa: Edições 70, 1984. 121 p. 121 p. ISBN 9724404889	1
37	DÓRIA, Carlos. Bordados da fama: uma biografia de Dener . São Paulo: SENAC São Paulo, 1998. 202 p. il.	6
38	DUARTE, Sonia; SUGGESE, Sylvia. Modelagem Industrial brasileira . Rio de Janeiro: Guarda Roupa, 2016.	3
39	DURAND, José Carlos. Moda, luxo e economia . São Paulo: Babel, 1988. 135 p.	1
40	ESCOLA SENAI "ENG. ADRIANO JOSÉ MARCHINI". Centro Nacional de Tecnologia em Vestuário. Modelagem em lingerie . São Paulo: 1998. 40p. il.	1
41	Fashion Institute of technology. Fashion Institute of technology: undergraduate catalogue . New York: 1993. 246 p.	2
42	FERREIRA, Francisco de Paula. A indústria brasileira do vestuário: histórias, reflexões e projeções . São Paulo: Brasil Têxtil, S.d. 187p.	1
43	Feghali, Marta Kasznar; Dwyer, Daniela. As engrenagens da moda . Rio de Janeiro (RJ): Senac Rio, 2004. 160 p. ISBN 8587864114.	5
44	FILIPE, Maria Gorete. Terminologia da confecção do vestuário: um subconjunto hierarquicamente estruturado para banco de termos . Natal: S.n., 1997. 151p.	1

45	FONTANEL, Béatrice. Espartilhos e sutiãs : uma história de sedução. Rio de Janeiro: Salamandra, 1998. 159 p. Título original: Corsets et soutiens-gorge.	1
46	GOULART FILHO, Alcides; JENOVEVA NETO, Roseli. A Indústria do vestuário : economia, estética, tecnologia. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997. 197p. (Coleção teses).	1
47	GROSS, Michael. Modelo : O mundo feio das mulheres lindas. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995. 392 p.	1
48	HAEDRIC, Marcel. Coco Chanel . Rio de Janeiro: Rocco, 1988. 231 p.	1
49	HALLAWELL, Philip. Visagismo : harmonia e estética. SENAC editora José Marchini, 1996.	2
50	HANNUD, Marilene. Mulher dos 15 aos 70 anos . São Paulo: Elevação, 1999. 245 p. il.	1
51	HOLLANDER, Anne. O sexo e as roupas : a evolução do traje moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 1996. 259 p.	5
52	HOUAISS, Antonio; KOOGAN, Abrahão. Enciclopédia e Dicionário ilustrado . 4. ed. Rio de Janeiro: 1999: Published by International Textile Service Ltda. Edições Delta. 1808 p. il.	2
53	IEL; CNA; SEBRAE. Análise da eficiência econômica e da competitividade da cadeia têxtil brasileira . Brasília: IEL, 2000. 483p. Bibliografia. -	1
54	It's Têtil dictionary: chaves alfabéticas portugues. Published by International Textile Service Ltda. 337 p.	2
55	JOFFILY, Ruth. Marília Valls : um trabalho sobre moda. Rio de Janeiro: Salamandra, 1989. 141p. il.	1
56	JOFFILY, Ruth. O Jornalismo e Produção de Moda . Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991. 149 p.	
57	JOFFILY, Ruth. Vista-se como você é: um guia de moda para mulheres de todos os tipos . Porto Alegre: L&PM, 1997. 234 p.	3
58	KALIL, Glória. Chic[érrimo] : moda e etiqueta em novo regime. ed. Códex.	2
59	KASZNAR, Marta; DWYER, Daniela. As engrenagens da moda . Ed. SENAC.	4
60	KÖHLER, Carl. História do Vestuário . 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001. 564 p.	2
61	LAVÉ, James, 1899-1975. A roupa e a moda : uma história concisa. 6. ed. São Paulo: CIA DAS LETRAS, 2002. 285 p.	5
62	LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas . São Paulo: Companhia das letras, 1989. 294 p.	4
63	LOBO, Renato Nogueira; LIMEIRA, Erika Thalita Navas Pires; MARQUES, Rosiane do Nascimento. Fundamentos da tecnologia têxtil da concepção da fibra ao processo de estamparia . São Paulo: Érica, 2014.	3
64	LUNA, Liane Cardoso de. Níveis de qualidade de fios têxteis brasileiros . Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 1991. 85 p. il.	2
65	MARRA, Heloisa; REGO, Julio. Estilo no trabalho . Rio de Janeiro: SENAC, 2002. 184 p.	2
66	Mendes, Valerie; Haye, Amy de la. A moda do século XX : 280 ilustrações, 66 em cores. 2. ed. São Paulo (SP): Martins Fontes, 2009. 314 p. ISBN 9788578270834	2
67	MARTIN, Richard. VERSACE . São Paulo: COSAC & NAIFY, 1999. 79 p. (Universo da Moda). il.	1
68	MIRKIN, Toby Fischer. O código do vestir : os significados ocultos da	2

	roupa feminina. [S.I.]: Rocco.	
69	MODELAGEM PLANA FEMININA: Métodos de modelagem. Rio de Janeiro: Ed. SENAC, 2005. 112 p. il.	4
70	MOLDES FEMININOS NOÇÕES BÁSICAS: Métodos de modelagem. Ed. Rio de Janeiro: SENAC, 2004. 64 p. il.	5
71	MORAIS, José M. Serigrafia: guia prático. São Paulo: Oficina gráfica da Fundação Armando Alvares Penteado, 1993. 37p.	1
72	MÜLLER, Florence. Arte & Moda. São Paulo: COSAC & NAIFY, 2000. 80 p.	3
73	MUNARI, Bruno. Design e Comunicação Visual: Contribuição para uma metodologia didática. 2 ed. São Paulo: 1997. 350 p.	3
74	Museu Nacional do Traje. A moda do século 1900 - 2000. [S.I.]: MIC, MNT, 2000. 333 p. il. Inclui bibliografia.	1
75	NAKAO, Jum. A costura do invisível. Ed. SENAC.	4
76	O NOVO E O LUXO. São Paulo: Aenhembí MORUMBI, 2006.	5
77	O'HARA, Georgina. Enciclopédia da Moda: de 1840 à Década de 80. Ed. Companhia das Letras.	1
78	ORSINI, Elizabeth; Rodrigues, Iesa. Modos à nossa moda: a nova etiqueta de A a Z. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995. 156 p.	1
79	PALOMINO, Erika. Babado forte: moda, música e noite na virada do século 21. São Paulo: Mandarin, 1999.	1
80	PASTOUREAU, Michel. O pano do Diabo: Uma história das listras e dos tecidos listrados. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993. 150p.	3
81	PEZZOLO, Dinah Bueno. A Pérola: história, cultura e mercado. Ed. SENAC.	2
82	PQRN-Programa de qualidade e produtividade do RN. Diagnóstico da qualidade e da produtividade nos setores têxtil e de confecções do RN. Natal: PQRN, 1995. 67p.	1
83	QUEIROZ, Fernanda Nechar de. Os estilistas: Callot, Norell, Balmain, Quant, Halston, Gaultier, Lacroix. São Paulo: SENAI CETVEST, 1998. 59 p. il. Coleção o mundo da moda, 6.	1
84	QUEIROZ, Fernanda Nechar de. Os estilistas: Doucet, Nina Ricci.... São Paulo: SENAI CETVEST, 1998. 59 p. il. Coleção o mundo da moda, 4.	1
85	QUEIROZ, Fernanda Nechar de. Os estilistas: Fiala, Nunes, Guimarães, Esper, Issa, Segreto, Rodrigues, Herchcovitch. São Paulo: SENAI CETVEST, 1998. 59 p. il. Coleção o mundo da moda, 8.	1
86	QUEIROZ, Fernanda Nechar de. Os estilistas: Hartnell, Grès, Amies, Givenchy, Lagerfeld, De La Renta, Paco Rabanne. São Paulo: SENAI CETVEST, 1998. 59 p. il. Coleção o mundo da moda, 5.	1
87	QUEIROZ, Fernanda Nechar de. Os estilistas: Lucile, Patou, Scaasi, Balenciaga, Courrèges, Miyake, Westwood. São Paulo: SENAI CETVEST, 1998. 59 p. il. Coleção o mundo da moda, 3.	1
88	QUEIROZ, Fernanda Nechar de. Os estilistas: Molyneux, Plunkett, Valentina, Rykiel, Alaïa, Karan. São Paulo: SENAI CETVEST, 1998. 59 p. il. Coleção o mundo da moda, 7.	1
89	QUEIROZ, Fernanda Nechar de. Os estilistas: Paquin, Lanvin, Mainbocher.... São Paulo: SENAI CETVEST, 1998. 59 p. il. Coleção o mundo da moda, 2.	1
90	QUEIROZ, Fernanda Nechar de. Os estilistas: Worth, Pioret, Vionnet, Shiaparelli, McCardel, Dior, Cardin. São Paulo: SENAI CETVEST, 1998. 59 p. il. Coleção o mundo da moda, 1.	2

91	RODRIGUES, Iesa; ACIOLI, Paula. 30 estilistas: À moda do Rio. Rio de Janeiro: SENAC, 2001. 134 p. il.	5
92	RODRIGUES, Luís Henrique. Tecnologia da tecelagem. Rio de Janeiro: CETIQT/SENAI, 1996. 268 p. il.	2
93	ROETZEL, Bernhard. O gentleman. Italy: Könnemann, 2000. 355 p. il.	1
94	ROSSETTI, Ana. Roupas íntimas: o tecido da sedução. São Paulo: Martins Fontes, 1995. 164 p. il.	6
95	SCHPUN, Mônica Raisal. Beleza em jogo: Cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20. São Paulo: SENAC, 1999. 164 p.	4
96	SENAC DN. Modelagem Plana Masculina: métodos de modelagem. Rio de Janeiro: Ed. SENAC, 2003. 144 p. il.	9
97	SENAI - CETIQT. Denim: história, moda e tecnologia. Rio de Janeiro: SENAI, 1994. 63 p. il. Série Tecnologia Têxtil.	4
98	SENAI/DN. Glossário têxtil e de confecção: inglês-português. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 1986. 305 p.	4
99	SENAI-DN. Introdução do sistema de colorimentria numa indústria têxtil. Rio de Janeiro: 1996. 11p.	1
100	SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Como montar confecção de artigos de cama e mesa. Brasília: SEBRAE, 1993. 28p. (Série Oportunidades de negócios).	1
101	SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO. Confecção infantil juvenil. São Paulo: SEBRAE-SP, 1995. 38p. (Guia prático como montar).	1
102	SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO. Como montar confecção de jeans. Brasília: SEBRAE/N, 1993. 44p. (Guia prático).	1
103	SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO. Como montar confecção de jeans. Brasília: SEBRAE/N, 1993. 33p. (Oportunidade de Negócios)	1
104	SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO. Como montar confecção de roupas femininas. Brasília: SEBRAE/N, 1993. 30p. (Oportunidade de Negócios)	1
105	SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO. Como montar confecção de roupas de banho. São Paulo: SEBRAE-SP, 1996. 40p.. (Guia como montar)	1
106	SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO. Como montar confecção de roupas femininas. 2.ed. São Paulo: SEBRAE-SP, 1995. 38p. (Guia prático como montar)	1
107	SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO. Confecção de roupas de malha. 2.ed. São Paulo: SEBRAE-SP, 1996. 40p. (Guia como montar)	1
108	SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. Como montar armarinho. Brasília: SEBRAE, 1993. 24p. (Série Oportunidade de Negócios).	1
109	SISCHY, Ingrid. Donnakaran: New York. São Paulo: COSAC & NAIFY, 1999. 80 p. (Universo da Moda). il.	3
110	SOUZA, Gilda de Mello e. O Espírito das Roupas: A moda no século dezenove. 4. ed. São Paulo: CIA DAS LETRAS, 2001. 255 p.	6
111	SOUZA, Sidney Cunha de. Introdução à tecnologia da modelagem industrial. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 1997. 380 p. il	4
112	SOZZANI, Franca. Dolce & Gabbana. Rio de Janeiro: COSAC & NAIFY,	2

	1999. 80 p. (Universo da Moda).	
113	SPENGLER, Airton. Decifrando a moda . São Paulo: EDITORA STS, 1993. 156 p.	2
114	STEELE, Valerie. Fetichismo: moda, sexo & poder . Rio de Janeiro: Rocco, 1997. 244 p. il.	6
115	TREPTOW, Doris. Inventando moda: planejamento de coleções . Ed. Empório do Livro, 2003.	4
116	UWAJI, Yasuo. Análise e planejamento de tecidos de algodão . S.l.: Agência de Cooperação Técnica ao Estrangeiro, S.d. Vol. II.	1
117	VEILLON, Dominique. Moda e guerra: um retrato da França ocupada . Ed. Jorge Zahar.	2
118	VIEIRA, Oacyr Feijó. Controle de qualidade na indústria de fiação e tecelagem . Rio de Janeiro: CETIQT/SENAI, 1998. Vol. 2 299 p. il.	2
119	Vicent-Ricard, Françoise. As espirais da moda . Rio de Janeiro (RJ): Paz e Terra, 1989. 249 p. ISBN 8521901755	1
TOTAL		257

Contamos, ainda, com auditório com capacidade para 100 pessoas, utilizado pela Educação Profissional – EP para exibição de filmes e projeção em tela, realização de reuniões pedagógicas, realização de palestras, seminários e "workshops" e mini auditório com capacidade para 50 pessoas. Dispomos da Secretaria Escolar que atua junto à Educação Profissional – EP, em todas as atividades desenvolvidas pelo referido setor. Todos os locais citados possuem uma estrutura de apoio como banheiros, cantina e estacionamento com vagas para idosos e pessoas com mobilidade reduzida.

9. PERFIL DO PESSOAL TÉCNICO E DOCENTE

Para o planejamento, execução, acompanhamento e avaliação do curso, o SENAI CETCM dispõe de uma equipe técnico-pedagógica constituída por Supervisores Pedagógicos, Secretária Escolar e Docentes, além do pessoal de apoio administrativo.

O corpo docente está adequado às exigências da legislação vigente, inclusive com significativa experiência no campo tecnológico específico, bem como no campo didático-pedagógico.

Os quadros a seguir apresentam, respectivamente, o quantitativo de pessoal docente e técnico e do pessoal de apoio administrativo necessários ao

funcionamento do curso, tomando por base o desenvolvimento de uma turma por turno do curso.

9.1. PERFIL DO PESSOAL DE DOCENTE E TÉCNICO

NOME	FORMAÇÃO	DESCRIÇÃO
Jéssica de Lima Torreão Cerejeira	Mestra em Artes Cênicas, Especialista em Design de Produto de Moda, Graduada em Design de Moda, Estilista de Confeção do Vestuário	<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos do design de moda; • Projeto de Comunicação de Produtos e Serviços de Moda; Sociedade, cultura e moda; • Pesquisa de tendência, comportamento e consumo de moda
Dinedso Firmino da Fonseca	Graduação em Design de Moda, Estilista de Confeção do Vestuário (Qualificação Profissional)	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnologias digitais; Fundamentos de Pesquisa de Mercado e Moda; • Projeto de Produtos de Moda
Gabriela Sandrers Guedes	Graduação em Design de Moda, Especialização em Gestão do Design de Moda, Qualificação Técnica em Modelagem.	<ul style="list-style-type: none"> • Processos, produtivos de produtos de moda;
Suely Rodrigues Freire de Lima	Estilista de Confeção do Vestuário (Qualificação Profissional)	<ul style="list-style-type: none"> • Prototipagem e especificações técnicas de produto; • Sociedade, cultura e moda.
Maria Jackeline Gomes da Cunha	Prós Graduação em Gestão e Planejamento em Modelagem – Alfaiataria Industrial, Técnico em Modelagem do Vestuário	<ul style="list-style-type: none"> • Prototipagem e especificações técnicas de produto.
Wesley Rocha da Silva	Psicólogo, Administração	<ul style="list-style-type: none"> • Metodologia Científica,
João Antônio Victor Gomes	Formação Técnica em Manutenção, e suporte em Informática.	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnologias da Comunicação

9.2. PERFIL DO PESSOAL DE APOIO ADMINISTRATIVO

NOME	TITULAÇÃO	SETOR/CARGO
Amora Vieira Cavalcante	Administração	Diretora
Rúbia Mara Lahm Santos	Licenciatura em Matemática, Especialização em Psicopedagogia Clínico Institucional	Coordenadora de Educação

NOME	TITULAÇÃO	SETOR/CARGO
Geiza Cristina de Carvalho Revorêdo	Licenciatura Plena em letras, Especialização em Gestão e Organização Escolar	Supervisor Pedagógica
Ana Karolina Ramalho	Licenciatura Plena em Pedagogia	Supervisor Pedagógica
Gianny Lorena de Souza Farias	Licenciatura em Pedagogia, Especialização em Orientação Educacional, Supervisão e Gestão Escolar.	Supervisor Pedagógica
Andrea Matias de Melo	Licenciatura Plena em Pedagogia	Secretaria Escolar
Caio César Delfino Cunha	Bacharel em Biblioteconomia	Bibliotecário
Nele Nelson Machado	Bacharel em Biblioteconomia, Especialista em Design de Produto de Moda	Bibliotecário

10. CERTIFICADOS E DIPLOMAS

Será concedido o Diploma de **Habilitação Técnica de Nível Médio em Designer de Moda** ao aluno que:

- a) Concluir com aprovação todas as unidades curriculares da matriz curricular do curso;
- b) Ter aprovação do Trabalho de Conclusão de Curso – TCC ou Estágio ou Prática Profissional na empresa;
- c) Apresentar o certificado de conclusão do Ensino Médio.

11. PRAZO DE INTEGRALIZAÇÃO DO CURSO

Total de Vagas conforme oferta	50
Número de alunos por turma	30
Turno de funcionamento	Manhã ou Tarde ou Noite
Regime de Matrícula	Modular / Período Letivo
Carga horária total	1.300 horas
Integralização	Mínimo: 16 meses Máxima: 24 meses

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional nº 9394, de 20 de dezembro de 1996. **Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional**. Brasília, DF, 20 dez. 1996. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/l9394.htm>. Acesso em: 14 jun. 2018.

_____. Decreto Federal Nº 5.154, de 23 de julho de 2004. **Regulamenta**. 2º do art. 36 e os arts. 39 a 41 da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, e dá outras providências. Brasília, DF, 23 jul. 2004. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/decreto/d5154.htm>. Acesso em: 14 jun. 2023.

FIERN. **Investimento na Indústria do RN**. Disponível em: https://www.fiern.org.br/wp-content/uploads/2018/06/Investimentos_na_Industria_do_RN_2017.pdf Acesso em: 14 jun. 2018.

Indústria. AGN - Central do Investidor. Disponível em: . Acesso em: 14 jun. 2018.

Indústria têxtil do RN registra crescimento em relação a 2012. **INTERTV, G1**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2014/02/industria-textil-do-rn-registra-crescimento-em-relacao-2012.html>>. **Acesso em: 14 jun.2018**.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO - Portal do MEC. Parecer CNE/CEB Nº 17, de 03 de dezembro de 1997. Estabelece as Diretrizes operacionais para a Educação Profissional em Nível Nacional. Brasília, DF, 3 dez. 1997. Disponível em: <http://www.portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf_legislacao/rede/legisla_rede_parecer1797.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2018.

MENDES JUNÍOR, Biagio de Oliveira. Indústria: Indústria do Vestuário. Fortaleza: BNB, ano 8, n.276, mar. 2023. (Caderno Setorial Etene).

MTE - MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. Relação Anual de Informações Sociais (RAIS): Valores de remuneração, 2017b. Disponível em: . Acesso em: 23 out. 2019.

_____. **Resolução** CNE/CEB Nº. 02 de 16 de junho de 1997. Dispõe sobre os programas especiais de formação pedagógica de docentes para as disciplinas do currículo do ensino fundamental, ensino médio e da educação profissional em nível médio. Brasília, DF, 16 jun. 1997. Disponível em: <http://www.portal.mec.gov.br/setec/arquivos/pdf/RCNE_CEB02_97.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2018.

_____. **Resolução** Nº 2 CNE/MEC, 01 de julho de 2015. Define as Diretrizes Curriculares Nacionais para a formação inicial em nível superior e para formação continuada. Brasília, DF, 01 jun.

Protocolo online Nº	Página
3741/2023	86

2015. Disponível em: <http://www.portal.mec.gov.br/docman/agosto-2017-pdf/70431-res-cne-cp-002-03072015-pdf/file>>. Acesso em: 14 jun. 2018.

_____. **Parecer CNE/CEB Nº 16**, de 05 de outubro de 1999. Trata das Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional de Nível Técnico. Brasília, DF, 08 dez. 1999. Disponível em: <<http://www.educacao.pr.gov.br/arquivos/File/pareceres/parecer161999.pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2018.

_____. **Parecer CNE/CEB Nº 11**, de 09 de maio de 2012. Dispõe as Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação Profissional Técnica de Nível Médio. Brasília, DF, 09 maio 2012. Disponível em: http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=10804-pceb011-12-pdf&category_slug=maio-2012-pdf&Itemid=30192>. Acesso em: 14 jun. 2018.

MINISTÉRIO DO TRABALHO. CBO: Classificação Brasileira de Ocupações 2002/MTE. Lei nº 4.769, de 9 de setembro de 1965 - Dispõe sobre o exercício da profissão de técnico de administração, e dá outras providências. **Catálogo Nacional de Cursos Técnicos/MEC**. Brasília, DF, 09 set. 1965. Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/regulamentacao.jsf;jsessionid=1GZzJjjwbT6lQa0VEV6vgb4p.slave20:mte-cbo>>. Acesso em: 12 jun. 2023.

SEBRAE. **Estudos de competitividade dos setores têxtil e confeccionista no Estado do Rio Grande do Norte**. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/SEBRAE%20-%20Estudo%20Competitividade%20Setor%20Têxtil%20do%20Rio%20Grande%20do%20Norte%20016%20-%20FINAL.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2018.

_____. **Crescimento do setor têxtil demanda novas estratégias para o mercado**. Disponível em: <http://blog.sebrae-sc.com.br/crescimento-do-setor-textil-demanda-novas-estrategias-para-o-mercado/>>. Acesso em: 14 jun. 2018.

PRÓ-SERTÃO - Programa de Interiorização da Indústria Têxtil. RIO GRANDE DO NORTE: Secretaria do desenvolvimento econômico. Disponível em: <http://www.sedec.rn.gov.br/Conteudo.asp?TRAN=ITEM&TARG=15791&ACT=null&PAGE=0&PARM=null&LBL=Pr%C3%B3-Sert%C3%A3o>. Publicado em 05 de outubro de 2015. Acesso em: 14 jun. 2018.