

Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( )
Curso: Jornalismo		Núcleo Temático: Fundamentação Específica / Formação Profissional	
Nome do Componente Curricular: Crítica Jornalística e o Jornalismo no Cinema		Código do Componente Curricular: ENOP51896	
Carga horária: 4 horas/aula	(X) Teóricas ( ) Práticas	Etapa: OPTATIVA	
<p><b>Ementa:</b></p> <p>O cinema como forma, como indústria e como arte. A evolução da linguagem cinematográfica em suas mais distintas fases. Os gêneros cinematográficos e as diversas possibilidades de interpretação. O papel e o estudo da crítica e os diferentes níveis de interpretação de uma obra cinematográfica. As representações do jornalismo construídas pelo cinema e a relação histórica de linguagem entre essas duas áreas. A relação da ficção com o cotidiano jornalístico. Os pontos em comum desenvolvidos pelo jornalismo e pelo cinema e sua representação junto à sociedade.</p>			
<p><b>Conteúdo Programático:</b></p> <p><b>Parte 1</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. As fases do cinema;</li> <li>2. Os gêneros cinematográficos;</li> <li>3. A prática na produção de textos críticos;</li> <li>4. A evolução da linguagem cinematográfica;</li> <li>5. O repertório crítico e a obra cinematográfica;</li> <li>6. A vida que imita a arte e a arte que imita a vida;</li> <li>7. A crítica cinematográfica – interpretação e esclarecimento;</li> <li>8. A criação de personagens, drama, conflito e progressão dramática.</li> </ol> <p><b>Parte 2</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. O jornalismo no cinema;</li> <li>2. As convergências entre o jornalismo e o cinema;</li> <li>3. A “realidade” das telas e a “realidade” das redações;</li> <li>4. As principais representações do jornalismo no cinema;</li> <li>5. A criação dos personagens no imaginário cinematográfico;</li> </ol>			

6. O cinema e o jornalismo como ferramentas culturais e educacionais;
7. A temática como um produto de representação do cotidiano, aplicado ao jornalismo;
8. O subgênero na indústria do cinema – filmes sobre jornalistas e os bastidores da imprensa.

**Perfil do Egresso após cursar a disciplina, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):**

A	B	C	D	E	F	G	H	I
		X	X					

**Competências e Habilidades desenvolvidas, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):**

I – Gerais	II - Cognitivas	III - Pragmáticas	IV - Comportamentais
C, D, E, F, H, J, L, M, N, Q		A, B, D, E, G, K, L	

**Avaliações:**

NI 01 (Peso ___40___ % da Média Final)			
Avaliação	Descrição	Ind. / Grupo	Porcentagem
Nota A	Seminário sobre cineasta	3 a 4 alunos	70%
Nota B	Resenha de filme do cineasta estudado	individual	30%
Nota C			
Nota D			
Nota E			
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>
NI 02 (Peso ___60___ % da Média Final)			
Avaliação	Descrição	Ind. / Grupo	Porcentagem
Nota F	Prova teórica a respeito do conteúdo do semestre	individual	30%
Nota G	Prova a respeito de filmes do semestre	individual	30%
Nota H	Atividades de análise de filmes assistidos (média do semestre)	individual	40%
Nota I			
Nota J			
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>

**Bibliografia Básica:**

BAHIANA, Ana Maria. **Como ver um filme**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.

MÁXIMO, João. **A música do cinema: os 100 primeiros anos**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

RAMOS, Fernão Pessoa (org.). **Teoria contemporânea do cinema**. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2005. 2v.

**Bibliografia Complementar:**

BALLERINI, Frantjesco. **História do cinema mundial**. São Paulo: Summus Editorial, 2020.  
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/180862>

BAPTISTA, Mauro; MASCARELLO, Fernando (orgs.). **Cinema mundial contemporâneo**. Campinas, SP: Papyrus Editora, 2016. <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/42195>

DENNISON, Stephanie (org.). **World cinema: as novas cartografias do cinema mundial**. Campinas, SP: Papyrus Editora, 2020. <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/183929>

MACHADO, Arlindo. **Pré-Cinemas & pós-Cinemas**. Campinas, SP: Papyrus Editora, 2014.  
<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/5643>

SOBRINHO, Gilberto Alexandre (org.). **Cinemas em redes: tecnologia, estética e política na era digital**. Campinas, SP: Papyrus Editora, 2020. <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/181584>

**Roteiro semanal:**

Semana	Tópico(s) do conteúdo programático e/ou avaliação	Referências
1	Apresentação do curso. Metodologia e Avaliações. O trabalho do crítico – Conceitos básicos.	BAHIANA, Ana Maria. <b>Como ver um filme</b> . Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.
2	A produção do texto crítico – com estudos de caso.	BAHIANA, Ana Maria. <b>Como ver um filme</b> . Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.
3	Panorama histórico do cinema mundial.	RAMOS, Fernão Pessoa (org.). <b>Teoria contemporânea do cinema</b> . São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2005. 2v. BALLERINI, Frantjesco. <b>História do cinema mundial</b> . São Paulo: Summus Editorial, 2020.

		<a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/180862">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/180862</a> MACHADO, Arlindo. <b>Pré-Cinemas &amp; pós-Cinemas</b> . Campinas, SP: Papyrus Editora, 2014. <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/5643">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/5643</a>
4	Exibição de filme do cânone – seguido de atividade.	BALLERINI, Franthiesco. <b>História do cinema mundial</b> . São Paulo: Summus Editorial, 2020. <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/180862">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/180862</a> MACHADO, Arlindo. <b>Pré-Cinemas &amp; pós-Cinemas</b> . Campinas, SP: Papyrus Editora, 2014. <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/5643">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/5643</a>
5	Construção dramática. Principais premiações e eventos cinematográficos no mundo.	BAHIANA, Ana Maria. <b>Como ver um filme</b> . Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012. MÁXIMO, João. <b>A música do cinema: os 100 primeiros anos</b> . Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
6	Exibição de filme premiado – seguido de atividade.	BAHIANA, Ana Maria. <b>Como ver um filme</b> . Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.
7	<b>Nota A (70%) – Dia 01</b> Apresentação de Seminários sobre Cineastas – em grupo. <b>Nota B (30%) – Dia 01</b>	

	Cada componente dos grupos deverá entregar, no dia de sua apresentação, uma resenha sobre um filme do diretor estudado para o seminário. Devem ser filmes diferentes para cada integrante.	
<b>8</b>	<p><b>Nota A (70%) – Dia 02</b></p> <p>Apresentação de Seminários sobre Cineastas – em grupo.</p> <p><b>Nota B (30%) – Dia 02</b></p> <p>Cada componente dos grupos deverá entregar, no dia de sua apresentação, uma resenha sobre um filme do diretor estudado para o seminário. Devem ser filmes diferentes para cada integrante.</p>	
<b>9</b>	Exibição de filme de gênero cinematográfico – seguido de atividade.	DENNISON, Stephanie (org.). <b>World cinema: as novas cartografias do cinema mundial</b> . Campinas, SP: Papyrus Editora, 2020. <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/183929">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/183929</a>
<b>10</b>	Exibição de filme de autor – seguido de atividade.	DENNISON, Stephanie (org.). <b>World cinema: as novas cartografias do cinema mundial</b> . Campinas, SP: Papyrus Editora, 2020. <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/183929">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/183929</a>
<b>11</b>	<b>Nota F – Prova Teórica a respeito do conteúdo do semestre. (30%)</b>	
<b>12</b>	Exibição de filme sobre cinema – seguido de atividade.	BAHIANA, Ana Maria. <b>Como ver um filme</b> . Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.
<b>13</b>	Exibição de “clássicos da contemporaneidade” – seguido de atividade.	BAPTISTA, Mauro; MASCARELLO, Fernando (orgs.). <b>Cinema mundial</b>

		<p><b>contemporâneo</b>. Campinas, SP: Papyrus Editora, 2016.  <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/42195">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/42195</a></p>
14	Exibição de filme documentário – seguido de atividade.	<p>RAMOS, Fernão Pessoa (org.). <b>Teoria contemporânea do cinema</b>. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2005. 2v.</p>
15	Exibição de filme brasileiro – seguido de atividade.	<p>BALLERINI, Frantiesco. <b>História do cinema mundial</b>. São Paulo: Summus Editorial, 2020.  <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/180862">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/180862</a></p> <p>BAPTISTA, Mauro; MASCARELLO, Fernando (orgs.). <b>Cinema mundial contemporâneo</b>. Campinas, SP: Papyrus Editora, 2016.  <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/42195">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/42195</a></p> <p>DENNISON, Stephanie (org.). <b>World cinema: as novas cartografias do cinema mundial</b>. Campinas, SP: Papyrus Editora, 2020.  <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/183929">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/183929</a></p>
16	Exibição de filme sobre jornalismo – seguido de atividade.	<p>BAPTISTA, Mauro; MASCARELLO, Fernando (orgs.). <b>Cinema mundial contemporâneo</b>. Campinas, SP: Papyrus Editora, 2016.  <a href="https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/42195">https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/42195</a></p>

<b>17</b>	<b>Nota G – Prova sobre filmes do semestre. (30%)</b>	
<b>18</b>	Vista de Provas.	
<b>19</b>	<b>Prova Substitutiva.</b>	
<b>20</b>	<b>Prova Final.</b>	

Componente Curricular: Exclusivo de curso (X)		Eixo Comum ( )	Eixo Universal ( )
Curso: Jornalismo		Núcleo Temático: Fundamentação Específica, Prática Laboratorial	
Nome do Componente Curricular: Jornalismo Esportivo		Código do Componente Curricular: ENOP51346	
Carga horária: 4 horas/aula	( x ) Teóricas ( ) Práticas	Etapa: OPTATIVA	
<b>Ementa:</b> Desenvolvimento de reportagens, comentários e o estabelecimento de contato com atletas, dirigentes e jornalistas. A linguagem da imprensa esportiva. A importância do Jornalismo Esportivo, no Brasil e no mundo. Produção de conteúdo jornalístico para a editoria de esporte.			
<b>Conteúdo Programático:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Antes de tudo o que é jogo?;</li> <li>2. A cultura do jogo e o jogo da cultura: reflexões sobre uma sociedade esportivizada;</li> <li>3. O que é esporte? Conceitos, histórico e classificações;</li> <li>4. As relações entre o esporte e a comunicação. A comunicação esportiva;</li> <li>5. O jornalismo esportivo: conceitos, histórico e classificações;</li> <li>6. A linguagem do jornalismo esportivo nas mídias tradicionais;</li> <li>7. Características do jornalismo esportivo em novos formatos e mídias;</li> <li>8. Técnicas de produção jornalística em coberturas esportivas;</li> <li>9. Análise de projetos e concepção de produtos em jornalismo esportivo;</li> <li>10. Desenvolvimento de produtos em jornalismo esportivo.</li> </ol>			

Perfil do Egresso após cursar a disciplina, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):								
A	B	C	D	E	F	G	H	I
		X	X			X		



**Competências e Habilidades desenvolvidas, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):**

I – Gerais	II - Cognitivas	III - Pragmáticas	IV - Comportamentais
C, D, E, H, I, P, Q		A, B, C, D, I	C, D, E

**Avaliações:**

NI 01 (Peso ___50___ % da Média Final)			
Avaliação	Descrição	Ind. / Grupo	Porcentagem
Nota A	Prova Individual	Individual	70%
Nota B	Projeto Especial Temático	Grupo	30%
Nota C			
Nota D			
Nota E			
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>
NI 02 (Peso ___50___ % da Média Final)			
Avaliação	Descrição	Ind. / Grupo	Porcentagem
Nota F	Produto Especial Temático	Grupo	70%
Nota G	Atividades Práticas de produção de conteúdo esportivo (desenvolvidas ao longo do semestre)	Individual	30%
Nota H			
Nota I			
Nota J			
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>

Substitutiva – (Re)Apresentação do trabalho prático

Prova Final – Prova Individual com conteúdo teórico e prático visto ao longo do semestre

**Bibliografia Básica:**

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão: Seguido de “A Influência do Jornalismo” e “Os Jogos Olímpicos”**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2009.

MARQUES, José Carlos; CARVALHO, Sérgio; CAMARGO, Vera Regina T. **Comunicação e Esporte: Tendências**. Santa Maria, RS: Pallotti, 2005.

UNZELTE, Celso; PRADO, Magaly (org.). **Jornalismo Esportivo: Relatos de uma Paixão**. São Paulo: Saraiva, 2009.

**Bibliografia Complementar:**

ALMEIDA, Barbara Schausteck de; MICALISKI, Emerson Liomar; Silva, Marcos Ruiz da. **Esportes Complementares**. Curitiba: Intersaberes, 2019.

BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. **Manual do Jornalismo Esportivo**. São Paulo: Contexto, 2006.

COELHO, Paulo Vinicius. **Jornalismo esportivo**. São Paulo: Contexto, 2009. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2009.

MARCELLINO, Nelson Carvalho (org.) **Legado dos Megaeventos Esportivos**. Campinas, SP: Papirus, 2014.

PIMENTA, Thiago Farias da Fonseca. **Fundamento dos esportes individuais de alto rendimento**. Curitiba: Intersaberes, 2020.

Roteiro semanal:		
Semana	Tópico(s) do conteúdo programático e/ou avaliação	Referências
1	Apresentação do curso  Introdução aos conceitos de esporte e jornalismo esportivo	BARBEIRO, H.; RANGEL, P. <b>Manual do Jornalismo Esportivo</b> . São Paulo: Contexto, 2006.
2	Antes de tudo o que é jogo? A cultura do jogo e o jogo da cultura: reflexões sobre uma sociedade esportivizada	MARQUES, José Carlos; CARVALHO, Sérgio; CAMARGO, Vera Regina T. <b>Comunicação e Esporte: Tendências</b> . Santa Maria, RS: Pallotti, 2005.  HUIZINGA, J. <b>Homo Ludens</b> . São Paulo: Ed. Perspectiva, 1996
3	O que é esporte? Conceitos, histórico	MARQUES, José Carlos; CARVALHO, Sérgio; CAMARGO, Vera Regina T. <b>Comunicação e Esporte: Tendências</b> . Santa Maria, RS: Pallotti, 2005.  TUBINO, M. <b>O que é Esporte</b> . São Paulo: São Paulo: Ed. Brasiliense, 1993.
4	O que é esporte? Tipo de práticas esportivas e classificações	MARQUES, José Carlos; CARVALHO, Sérgio; CAMARGO, Vera Regina T. <b>Comunicação e Esporte: Tendências</b> . Santa Maria, RS: Pallotti, 2005.  BOURDIEU, PIERRE. <b>Sobre a Televisão: Seguido de “A Influência do Jornalismo” e “Os Jogos Olímpicos”</b> . Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editora, 1997.
5	Noções de Sociologia do Esporte  Esporte e cultura: reflexões sobre a prática esportiva no Brasil	MARQUES, José Carlos; CARVALHO, Sérgio; CAMARGO, Vera Regina T. <b>Comunicação e Esporte: Tendências</b> . Santa Maria, RS: Pallotti, 2005.

		BOURDIEU, PIERRE. <b>Sobre a Televisão: Seguido de “A Influência do Jornalismo” e “Os Jogos Olímpicos”</b> . Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editora, 1997.
6	As relações entre o esporte e a comunicação. A comunicação esportiva	BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. <b>Manual do Jornalismo Esportivo</b> . São Paulo: Contexto, 2006. COELHO, Paulo Vinicius. <b>Jornalismo esportivo</b> . São Paulo: Contexto, 2009 BOURDIEU, PIERRE. <b>Sobre a Televisão: Seguido de “A Influência do Jornalismo” e “Os Jogos Olímpicos”</b> . Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editora, 1997.
7	Encontro de Comunicação e Letras	Evento Institucional
8	Processos e práticas do jornalismo esportivo <b>P1 – PROVA INDIVIDUAL</b> <b>P1 – DEFESA E ENTREGA DAS PROPOSTAS DE PROJETO TEMÁTICO</b>	Todo conteúdo do bimestre
09	Processos e práticas do jornalismo esportivo Vistas de notas	Todo conteúdo do bimestre
10	DIA DOS PROFESSORES (NÃO HAVERÁ AULA)	
11	O jornalismo esportivo: conceitos, histórico, classificações. Importância do esporte para a sociedade.	BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. <b>Manual do Jornalismo Esportivo</b> . São Paulo: Contexto, 2006.

	Vistas de notas N1 e esclarecimentos	COELHO, Paulo Vinicius. <b>Jornalismo esportivo</b> . São Paulo: Contexto, 2009
12	O jornalismo esportivo: A linguagem do jornalismo esportivo nas mídias tradicionais e novas mídias.	BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. <b>Manual do Jornalismo Esportivo</b> . São Paulo: Contexto, 2006. COELHO, Paulo Vinicius. <b>Jornalismo esportivo</b> . São Paulo: Contexto, 2009
13	Características do jornalismo esportivo em novos formatos e mídias	BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. <b>Manual do Jornalismo Esportivo</b> . São Paulo: Contexto, 2006. UNZELTE, Celso; PRADO, Magaly (org.). <b>Jornalismo Esportivo: Relatos de uma Paixão</b> . São Paulo: Saraiva, 2009.
14	Técnicas de produção jornalística em coberturas esportivas. Análise de projetos e concepção de produtos em jornalismo esportivo.	BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. <b>Manual do Jornalismo Esportivo</b> . São Paulo: Contexto, 2006. UNZELTE, Celso; PRADO, Magaly (org.). <b>Jornalismo Esportivo: Relatos de uma Paixão</b> . São Paulo: Saraiva, 2009.
15	Aspectos éticos e legais em jornalismo esportivo Desenvolvimento de projetos em jornalismo esportivo.	BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. <b>Manual do Jornalismo Esportivo</b> . São Paulo: Contexto, 2006. UNZELTE, Celso; PRADO, Magaly (org.). <b>Jornalismo Esportivo: Relatos de uma Paixão</b> . São Paulo: Saraiva, 2009.
16	<b>P2 – Apresentação e entrega dos produtos desenvolvidos em jornalismo esportivo</b>	Todo conteúdo do semestre

<b>17</b>	<b>SUBSTITUTIVA</b>  Aplicação de avaliação (exclusivamente para casos previstos no regulamento)  Atendimentos e vistas de notas	Todo conteúdo do semestre
<b>18</b>	<b>Prova Final</b>  (exclusivamente para casos previstos no regimento)  Atendimentos, vistas de notas e encerramento das Notas	Todo conteúdo do semestre

Componente Curricular: Exclusivo de curso ( )		Eixo Comum ( X )	Eixo Universal ( )
Curso: Jornalismo e Publicidade		Núcleo Temático: Práticas comunicacionais	
Nome do Componente Curricular: Jornalismo, Publicidade e Mercado da Moda			Código do Componente Curricular: ENOP51345
Carga horária: 4 horas/aula	(X) Sala de aula ( ) Laboratório ( ) EaD	Etapa: 7ª/8ª	
<p><b>Ementa:</b></p> <p>Estudo dos conceitos de mercado e de marketing com o universo da moda. Desenvolvimento de reportagens, comentários e contato com jornalistas e outros profissionais da moda. Análise da linguagem da imprensa especializada. Compreensão da importância do jornalismo de moda, no Brasil e no mundo. Produção de conteúdo jornalístico para a editoria de moda.</p>			
<p><b>Conteúdo Programático:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. A moda e o seu lugar na sociedade contemporânea. Moda, diversidade e sustentabilidade. A moda como o espírito do tempo, a sociedade refletida na moda.</li> <li>2. Conceitos iniciais: roupa, indumentária, vestuário, moda e estilo.</li> <li>3. Alta-costura e Prêt-à-porter. Moda conceitual e moda comercial.</li> <li>4. A indústria da moda e suas etapas de produção.</li> <li>5. Mercado, marketing e o universo da moda.</li> <li>6. Jornalismo, Publicidade, comunicação e moda.</li> <li>7. Competências e habilidades exigidas pelo mercado da moda.</li> <li>8. Os arquétipos nas marcas de moda.</li> <li>9. Comportamento do consumidor e moda.</li> <li>10. O papel da imprensa e da mídia em geral no processo de adoção das tendências.</li> <li>11. Reposicionamento de marcas da área de moda.</li> <li>12. Assessoria de comunicação na área de moda.</li> <li>13. Crítica jornalística na moda.</li> <li>14. Editorial de moda.</li> </ol>			

Perfil do Egresso após cursar a disciplina, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):								
A	B	C	D	E	F	G	H	I
X	X	X	X		X	X	X	X
Competências e Habilidades desenvolvidas, conforme DCNs de Jornalismo (Resolução CNE/CES 01/2013):								
I – Gerais		II - Cognitivas		III - Pragmáticas			IV - Comportamentais	
B, E, I, J, M, N, O e Q		C, D e E		A, C, D, E, F, G, I, J e K			C, D, E e F	

Avaliações:			
<b>NI 01 (Peso ____ 50 ____ % da Média Final)</b>			
Avaliação	Descrição	Ind. / Grupo	Porcentagem
Nota A	Exercícios produzidos em aula a partir da leitura e análise de textos acadêmicos e jornalísticos relacionados ao conteúdo programático.	Duplas ou trios.	10%
Nota B	Criação de um editorial de moda para uma revista.	4 a 5 alunos	40%
Nota C	Prova sobre o conteúdo programático	Individual	50%
Nota D			
Nota E			
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>
<b>NI 02 (Peso ____ 50 ____ % da Média Final)</b>			
Avaliação	Descrição	Ind. / Grupo	Porcentagem
Nota F	Exercícios produzidos em aula a partir da leitura e análise de textos acadêmicos e jornalísticos relacionados ao conteúdo programático.	Duplas ou trios.	10%
Nota G	Produção de uma crítica de moda.	Individual	50%
Nota H	Seminário sobre o reposicionamento de uma marca de moda.	4 a 5 alunos	40%
Nota I			
Nota J			
<b>Total</b>	<b>somatória de todas as avaliações</b>		<b>100%</b>
<b>Bibliografia Básica:</b>			
KALIL, Glória (Org.). <b>Fashion Marketing</b> : relação da moda com o mercado. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2010. Número de chamada: 391.0068 F248 2010. Quantidade de exemplares: 5.			
POSNER, Harriet. <b>Marketing de moda</b> . São Paulo: G. Gili, 2016. 240 p. ISBN 9788584520411. Número de chamada: 391.0019 P855m 2016. Quantidade de exemplares: 10.			



SORCINELLI, Paolo (Org.). **Estudar a moda: corpos, vestuários, estratégias.** 2. ed. São Paulo: SENAC, 2010.

Número de chamada: 391 E82 2. ed. / 2010. Quantidade de exemplares: 5.

**Bibliografia Complementar:**

DE CARLI, Ana Mery Sehbe; MANDREDINI, Mercedes Lusa (Orgs.). **Moda em sintonia.** Caxias do Sul: Educ, 2010. Disponível em:

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/3084/pdf/5?code=kRYVkoImdhWfRrL0h1dkefB5iOVn0cC7XiSRI0QXFKYVlyuJwkTf9InqEslMhws2DCPJrV44c6gau6QFL+/ZfQ==>.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe; VENZON, Bernadete Lenita Susin (Orgs.). **Moda, sustentabilidade e emergências.** Caxias do Sul: Educ, 2012. Disponível em:

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/5886/pdf/0?code=TIq2EORfHjcZAsTOpbC8SSgAlcUoGVCq0xj0DiDnFaA3w7wueYAP6WszRiF/KFUg6xlmtnzNr08i1ao3u/6QMg==>.

DOMINGUES, Juliana Oliveira (Coord.). **Fashion law: o direito está na moda.** 1. ed. São Paulo: Singular, 2019. Disponível em:

<https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/189695/epub/0?code=LzfMP2asmBcXWnNGjAjrIU89W1mWnNAarOA9tgcdfNDhYM8H9kmW97cdBbyK77veGH4dG4+6kWqNI2lvJmhFRg==>.

FRINGS, Gini Stephens. **Moda: do conceito ao consumidor.** 9. ed. Tradução: Mariana Belloli. Porto Alegre: Bookman, 2012. Disponível em:

<https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701786/cfi/0!/4/4@0.00:0.00>.

MEADOWS, Toby. **Como montar e gerenciar uma marca de moda.** Tradução: Equipe Bookman. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013. Disponível:

<https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582600627/cfi/0!/4/2@100:0.00>.

Roteiro semanal:		
Semana	Tópico(s) do conteúdo programático e/ou avaliação	Referências
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apresentação do plano de ensino e dos regulamentos dos trabalhos avaliativos.</li> <li>- Discussão sobre o que é moda, a moda como espírito do tempo e suas diferentes interfaces com a nossa sociedade.</li> </ul>	Bibliografia Básica e Complementar.
2	Conceitos iniciais: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Roupas, indumentária e vestuário.</li> <li>- Moda e estilo.</li> <li>- Exercício relacionado ao conteúdo da aula (NI1 – Nota A), a partir da leitura e análise de um texto acadêmico e/ou jornalístico.</li> </ul>	KALIL, Glória (Org.). <b>Fashion Marketing:</b> relação da moda com o mercado. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2010. Número de chamada: 391.0068 F248 2010. Quantidade de exemplares: 5. SORCINELLI, Paolo. <b>Estudar a Moda:</b> corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2010.
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alta-costura e prêt-à-porter</li> <li>- Moda conceitual e moda comercial.</li> <li>- Moda brasileira?</li> <li>- Exercício relacionado ao conteúdo da aula (NI1 - Nota A), a partir da leitura e análise de um texto acadêmico e/ou jornalístico.</li> </ul>	KALIL, Glória (Org.). <b>Fashion Marketing:</b> relação da moda com o mercado. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2010. Número de chamada: 391.0068 F248 2010. Quantidade de exemplares: 5. SORCINELLI, Paolo. <b>Estudar a Moda:</b> corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2010.
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Editorial de Moda: o que é, como fazer e tipos.</li> <li>- Exercício relacionado ao conteúdo da aula (NI1 - Nota A), a partir da leitura e análise de um texto acadêmico e/ou jornalístico.</li> </ul>	KALIL, Glória (Org.). <b>Fashion Marketing:</b> relação da moda com o mercado. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2010. Número de chamada: 391.0068 F248 2010. Quantidade de exemplares: 5. SORCINELLI, Paolo. <b>Estudar a Moda:</b> corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2010.
5	A indústria da moda e as etapas da cadeia têxtil. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Calendário da moda (desfiles, eventos, semanas e feiras).</li> <li>- Competências e habilidades exigidas do profissional de moda.</li> <li>- Exercício relacionado ao conteúdo da aula (NI1 - Nota A), a partir da leitura e análise de um texto acadêmico e/ou jornalístico.</li> <li>- Orientação sobre a produção do editorial de moda. OBS: o comparecimento do grupo no atendimento feito depois do intervalo equivale a uma pontuação na nota de exercício, ou seja, o grupo que não comparecer terá a nota de</li> </ul>	FRINGS, Gini Stephens. <b>Moda:</b> do conceito ao consumidor. 9. ed. Tradução: Mariana Belloli. Porto Alegre: Bookman, 2012. Disponível em: <a href="https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701786/cfi/0!/4/4@0.00:0.00">https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788540701786/cfi/0!/4/4@0.00:0.00</a> . KALIL, Glória (Org.). <b>Fashion Marketing:</b> relação da moda com o mercado. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2010. Número de chamada: 391.0068 F248 2010. Quantidade de exemplares: 5.

	exercício prejudicada.	POSNER, Harriet. <b>Marketing de Moda.</b> GG Br: São Paulo, 2016. SORCINELLI, Paolo. <b>Estudar a Moda:</b> corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2010.
<b>6</b>	- Orientação final sobre a produção do editorial de moda. OBS: o comparecimento do grupo no atendimento feito depois do intervalo equivale a uma pontuação na nota de exercício, ou seja, o grupo que não comparecer terá a nota de exercício prejudicada. <b>- Prova individual sobre o conteúdo programático do primeiro bimestre na segunda aula (parte da Nota NI1).</b>	
<b>7</b>	Encontro de Comunicação e Letras.	
<b>8</b>	<b>Entrega via Moodle e apresentação oral para a turma dos editoriais de moda produzidos pelos grupos (parte da Nota NI1).</b>	
<b>9</b>	- Processos de adoção de uma moda. - O papel da imprensa e da mídia em geral. - Exercício relacionado ao conteúdo da aula (NI2 - Nota A), a partir da leitura e análise de um texto acadêmico e/ou jornalístico.	POSNER, Harriet. <b>Marketing de Moda.</b> GG Br: São Paulo, 2016. SORCINELLI, Paolo. <b>Estudar a Moda:</b> corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2010.
<b>10</b>	Feriado antecipado do Dia do Professor	
<b>11</b>	- Arquétipos e o universo da moda. - Exercício relacionado ao conteúdo da aula (NI2 - Nota A), a partir da leitura e análise de um texto acadêmico e/ou jornalístico.	POSNER, Harriet. <b>Marketing de Moda.</b> GG Br: São Paulo, 2016.
<b>12</b>	- A crítica de moda. - Elementos de uma boa crítica e estrutura do texto. - Análise de um desfile com olhar de crítico. - Exercício relacionado ao conteúdo da aula (NI2 - Nota A), a partir da leitura e análise de um texto acadêmico e/ou jornalístico.	SORCINELLI, Paolo. <b>Estudar a Moda:</b> corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2010.
<b>13</b>	- Reposicionamento de marca no campo da moda. - Exercício relacionado ao conteúdo da aula (NI2 - Nota A), a partir da leitura e análise de um texto acadêmico e/ou jornalístico. - Orientação sobre o seminário de reposicionamento de marca. OBS: o não comparecimento do grupo na orientação acarretará em desconto na nota de exercícios.	POSNER, Harriet. <b>Marketing de Moda.</b> GG Br: São Paulo, 2016.

	- <b>Data-limite para a entrega da crítica individual do desfile de moda assistido em aula, como parte da NI2 (via Moodle).</b>	
<b>14</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assessoria de comunicação no universo da moda.</li> <li>- Press release e Press Kit na área de moda.</li> <li>-Relacionamento com jornalistas e influenciadores.</li> <li>- O papel do assessor nos desfiles e nas feiras.</li> <li>- Palestra com a PR da Havaianas, Sabrina Damas.</li> </ul>	SORCINELLI, Paolo. <b>Estudar a Moda:</b> corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2010.
<b>15</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comportamento do consumidor de moda.</li> <li>- Exercício relacionado ao conteúdo da aula (NI2 - Nota A), a partir da leitura e análise de um texto acadêmico e/ou jornalístico.</li> <li>- Última orientação sobre o seminário de reposicionamento de marca. OBS: O não comparecimento no atendimento acarretará em desconto na nota de exercício.</li> </ul>	POSNER, Harriet. <b>Marketing de Moda.</b> GG Br: São Paulo, 2016.
<b>16</b>	<b>-Apresentação dos seminários de reposicionamento de marca de moda, parte da NI2. O grupo que não assistir à apresentação das outras equipes terá desconto em sua nota.</b>	
<b>17</b>	<b>Prova substitutiva.</b>	
<b>18</b>	<b>Prova final.</b>	