

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>Ementa:</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>Conteúdo Programático:</p> <p>Parte 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. As fases do cinema; 2. Os gêneros cinematográficos; 3. A prática na produção de textos críticos; 4. A evolução da linguagem cinematográfica; 5. O repertório crítico e a obra cinematográfica; 6. A vida que imita a arte e a arte que imita a vida; 7. A crítica cinematográfica – interpretação e esclarecimento; 8. A criação de personagens, drama, conflito e progressão dramática. <p>Parte 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. O jornalismo no cinema; 2. As convergências entre o jornalismo e o cinema; 3. A “realidade” das telas e a “realidade” das redações; 4. As principais representações do jornalismo no cinema; 5. A criação dos personagens no imaginário cinematográfico; 			

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			
Total	somatória de todas as avaliações		100%
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			
Total	somatória de todas as avaliações		100%

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. Como ver um filme . Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.
2	A produção do texto crítico – com estudos de caso.	BAHIANA, Ana Maria. Como ver um filme . Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.
3	Panorama histórico do cinema mundial.	RAMOS, Fernão Pessoa (org.). Teoria contemporânea do cinema . São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2005. 2v. BALLERINI, Frantjesco. História do cinema mundial . São Paulo: Summus Editorial, 2020.

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

	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.	
8	<p>Nota A (70%) – Dia 02</p> <p>Apresentação de Seminários sobre Cineastas – em grupo.</p> <p>Nota B (30%) – Dia 02</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>	
9	Exibição de filme de gênero cinematográfico – seguido de atividade.	DENNISON, Stephanie (org.). World cinema: as novas cartografias do cinema mundial . Campinas, SP: Papyrus Editora, 2020. https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/183929
10	Exibição de filme de autor – seguido de atividade.	DENNISON, Stephanie (org.). World cinema: as novas cartografias do cinema mundial . Campinas, SP: Papyrus Editora, 2020. https://plataforma.bvirtual.com.br/Acer/vo/Publicacao/183929
11	Nota F – Prova Teórica a respeito do conteúdo do semestre. (30%)	
12	Exibição de filme sobre cinema – seguido de atividade.	BAHIANA, Ana Maria. Como ver um filme . Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.
13	Exibição de “clássicos da contemporaneidade” – seguido de atividade.	BAPTISTA, Mauro; MASCARELLO, Fernando (orgs.). Cinema mundial

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

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

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	
Ementa: 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.			
Conteúdo Programático: <ol style="list-style-type: none"> 1. Antes de tudo o que é jogo?; 2. A cultura do jogo e o jogo da cultura: reflexões sobre uma sociedade esportivizada; 3. O que é esporte? Conceitos, histórico e classificações; 4. As relações entre o esporte e a comunicação. A comunicação esportiva; 5. O jornalismo esportivo: conceitos, histórico e classificações; 6. A linguagem do jornalismo esportivo nas mídias tradicionais; 7. Características do jornalismo esportivo em novos formatos e mídias; 8. Técnicas de produção jornalística em coberturas esportivas; 9. Análise de projetos e concepção de produtos em jornalismo esportivo; 10. Desenvolvimento de produtos em jornalismo esportivo. 			

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			
Total	somatória de todas as avaliações		100%
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			
Total	somatória de todas as avaliações		100%

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. Manual do Jornalismo Esportivo . 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. Comunicação e Esporte: Tendências . Santa Maria, RS: Pallotti, 2005. HUIZINGA, J. Homo Ludens . São Paulo: Ed. Perspectiva, 1996
3	O que é esporte? Conceitos, histórico	MARQUES, José Carlos; CARVALHO, Sérgio; CAMARGO, Vera Regina T. Comunicação e Esporte: Tendências . Santa Maria, RS: Pallotti, 2005. TUBINO, M. O que é Esporte . 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. Comunicação e Esporte: Tendências . Santa Maria, RS: Pallotti, 2005. BOURDIEU, PIERRE. Sobre a Televisão: Seguido de “A Influência do Jornalismo” e “Os Jogos Olímpicos” . 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. Comunicação e Esporte: Tendências . Santa Maria, RS: Pallotti, 2005.

		BOURDIEU, PIERRE. Sobre a Televisão: Seguido de “A Influência do Jornalismo” e “Os Jogos Olímpicos” . Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editora, 1997.
6	As relações entre o esporte e a comunicação. A comunicação esportiva	BARBEIRO, Heródoto; RANGEL, Patrícia. Manual do Jornalismo Esportivo . São Paulo: Contexto, 2006. COELHO, Paulo Vinicius. Jornalismo esportivo . São Paulo: Contexto, 2009 BOURDIEU, PIERRE. Sobre a Televisão: Seguido de “A Influência do Jornalismo” e “Os Jogos Olímpicos” . Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editora, 1997.
7	Encontro de Comunicação e Letras	Evento Institucional
8	Processos e práticas do jornalismo esportivo P1 – PROVA INDIVIDUAL P1 – DEFESA E ENTREGA DAS PROPOSTAS DE PROJETO TEMÁTICO	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. Manual do Jornalismo Esportivo . São Paulo: Contexto, 2006.

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

17	SUBSTITUTIVA Aplicação de avaliação (exclusivamente para casos previstos no regulamento) Atendimentos e vistas de notas	Todo conteúdo do semestre
18	Prova Final (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>Ementa:</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>Conteúdo Programático:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 2. Conceitos iniciais: roupa, indumentária, vestuário, moda e estilo. 3. Alta-costura e Prêt-à-porter. Moda conceitual e moda comercial. 4. A indústria da moda e suas etapas de produção. 5. Mercado, marketing e o universo da moda. 6. Jornalismo, Publicidade, comunicação e moda. 7. Competências e habilidades exigidas pelo mercado da moda. 8. Os arquétipos nas marcas de moda. 9. Comportamento do consumidor e moda. 10. O papel da imprensa e da mídia em geral no processo de adoção das tendências. 11. Reposicionamento de marcas da área de moda. 12. Assessoria de comunicação na área de moda. 13. Crítica jornalística na moda. 14. Editorial de moda. 			

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:**NI 01 (Peso ____ 50 ____ % da Média Final)**

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			
Total	somatória de todas as avaliações		100%

NI 02 (Peso ____ 50 ____ % da Média Final)

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			
Total	somatória de todas as avaliações		100%

Bibliografia Básica:

KALIL, Glória (Org.). **Fashion Marketing**: 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. **Marketing de moda**. 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/KFUg6xImtnzNr08i1ao3u/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"> - Apresentação do plano de ensino e dos regulamentos dos trabalhos avaliativos. - Discussão sobre o que é moda, a moda como espírito do tempo e suas diferentes interfaces com a nossa sociedade. 	Bibliografia Básica e Complementar.
2	Conceitos iniciais: <ul style="list-style-type: none"> - Roupas, indumentária e vestuário. - Moda e estilo. - Exercício relacionado ao conteúdo da aula (NI1 – Nota A), a partir da leitura e análise de um texto acadêmico e/ou jornalístico. 	KALIL, Glória (Org.). Fashion Marketing: 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. Estudar a Moda: corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2010.
3	<ul style="list-style-type: none"> - Alta-costura e prêt-à-porter - Moda conceitual e moda comercial. - Moda brasileira? - Exercício relacionado ao conteúdo da aula (NI1 - Nota A), a partir da leitura e análise de um texto acadêmico e/ou jornalístico. 	KALIL, Glória (Org.). Fashion Marketing: 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. Estudar a Moda: corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2010.
4	<ul style="list-style-type: none"> - Editorial de Moda: o que é, como fazer e tipos. - Exercício relacionado ao conteúdo da aula (NI1 - Nota A), a partir da leitura e análise de um texto acadêmico e/ou jornalístico. 	KALIL, Glória (Org.). Fashion Marketing: 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. Estudar a Moda: corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2010.
5	A indústria da moda e as etapas da cadeia têxtil. <ul style="list-style-type: none"> - Calendário da moda (desfiles, eventos, semanas e feiras). - Competências e habilidades exigidas do profissional de moda. - Exercício relacionado ao conteúdo da aula (NI1 - Nota A), a partir da leitura e análise de um texto acadêmico e/ou jornalístico. - 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 	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 . KALIL, Glória (Org.). Fashion Marketing: 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. Marketing de Moda. GG Br: São Paulo, 2016. SORCINELLI, Paolo. Estudar a Moda: corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2010.
6	- 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. - Prova individual sobre o conteúdo programático do primeiro bimestre na segunda aula (parte da Nota NI1).	
7	Encontro de Comunicação e Letras.	
8	Entrega via Moodle e apresentação oral para a turma dos editoriais de moda produzidos pelos grupos (parte da Nota NI1).	
9	- 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. Marketing de Moda. GG Br: São Paulo, 2016. SORCINELLI, Paolo. Estudar a Moda: corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2010.
10	Feriado antecipado do Dia do Professor	
11	- 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. Marketing de Moda. GG Br: São Paulo, 2016.
12	- 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. Estudar a Moda: corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2010.
13	- 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. Marketing de Moda. GG Br: São Paulo, 2016.

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