



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS
DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO

PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR

TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Estágio
<input type="checkbox"/> Atividade Complementar	<input type="checkbox"/> Módulo
<input type="checkbox"/> Trabalho de Graduação	

STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)

<input type="checkbox"/> OBRIGATÓRIO	<input type="checkbox"/> ELETIVO	<input checked="" type="checkbox"/> OPTATIVO
--------------------------------------	----------------------------------	--

DADOS DO COMPONENTE

Código	Nome	Carga Horária		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
MODA0021	DESIGN E SOCIEDADE – MODA – MARKETING DE MODA	30	30	3	60	

Pré-requisitos	nenhum	Co-Requisitos	nenhum	Requisitos C.H.	nenhum
----------------	--------	---------------	--------	-----------------	--------

EMENTA

Conhecimentos de Marketing aplicados a moda. Análise de mercado consumidor com base na compreensão de funcionamento da marca. Lançamento de produtos de moda – vitrine, promoção, publicidade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Diagnóstico mercadológico;
 4 os do marketing.
 Comportamento do consumidor e consumo de moda;
 Segmentação de mercado;
 Varejo de moda e gestão de marca;

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

COBRA, Marcos. Marketing & moda. São Paulo: SENAC São Paulo: Cobra Editora & Marketing, 2007
 KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan.; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
 FEGHALI, Marta Kasznar; DWYER, Daniela. As engrenagens da moda. 1.ed. Rio de Janeiro: SENAC, 2001

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

CALDAS, Dario. Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências . 2.ed. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Rio, 2006.
 KOTLER, Philip. Administração de marketing. [10. ed.] / . São Paulo, SP: Prentice Hall, 2002.
 DISITZER, Marcia; GUIMARÃES, Zeca. A moda como ela é: bastidores, criação e profissionalização . Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2006
 GARCIA, M.C. & MIRANDA, A.P.C. de Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos. Coleção Moda & Comunicação. Coordenação: Kathia Castilho. São Paulo; Ed. Anhembi Morumbi. 2007
 BRUNNER, Robert; EMERY, Stewart. Gestão estratégica do design: como um ótimo design fará as pessoas amarem sua empresa. São Paulo: M.Books do Brasil, 2010.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

Núcleo de Design e Comunicação

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

Bacharelado em Design

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA



Emitido em 07/10/2020

EMENTA Nº 904/2020 - SECGC (12.33.89)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 15/10/2020 14:45)

LUCAS JOSE GARCIA

COORDENADOR

1138533

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:
904, ano: **2020**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **07/10/2020** e o código de verificação: **40db9c01a9**