



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			
MODA0044	SOCIEDADE - MODA E CONSUMO	30	30	3	60	

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

EMENTA

Sociedade de Consumo. Comportamento de consumo. Cultura de Consumo e implicações práticas para o mercado. Modernidade e pós-modernidade; processos de singularização no mundo da moda; processos simbólicos da moda; a moda como dispositivo social. O look como vestir processado. Autoria, cópia, clone/réplica, falso e releitura. Tendência e simulacro. O fator comercial como disseminador da informação de moda como espírito do tempo.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. A sociedade de consumo e a moda
2. Segmentação de Mercado
3. Fatores que influenciam o comportamento de consumo
4. Estilo de vida
5. Identidade e consumo.
6. Consumo simbólico: Produtos como símbolos do eu
7. Processos de adoção de moda
8. Autoria, réplica, cópia, falso e releitura
9. Cultura de consumo e implicações práticas para o mercado
10. Práticas de cool hunting

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

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
 MIRANDA, A. P. Consumo de moda: A relação pessoa-objeto. São Paulo: Editora estação das letras e Cores, 2008.
 NORMAN, Donald A.; CARDOSO, Ana Lúcia Deiró. Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

BARNARD, Malcolm; OLINTO, Lúcia (Trad.). Moda e comunicação. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
 BARTHES, Roland. Sistema da Moda. Lisboa: Edicoes 70. Sao Paulo : Martins Fontes, 1981.
 BRAGA, João; NUNES, Mônica. (Org.). Reflexões sobre moda. 2.ed. São Paulo: Ed. Anhembi Morumbi, 2007.
 CASTILHO, Kathia e MARTINS, Marcelo M. Discursos da Moda: Semiótica, Design e Corpo. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.
 CASTILHO, Kathia. Moda e Linguagem. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2009.

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 913/2020 - SECGC (12.33.89)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 15/10/2020 14:43)

LUCAS JOSE GARCIA

COORDENADOR

1138533

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:
913, ano: **2020**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **07/10/2020** e o código de verificação: **fcf3009917**