



UNIVERSIDADE DE RIO VERDE



**PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO FIC – COMPRADOR DE MODA
MODALIDADE: EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA
CÓDIGO: 221079**

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE DE RIO VERDE
CAMPUS RIO VERDE**

**PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO DE FORMAÇÃO INICIAL E CONTINUADA
DE TRABALHADORES – FIC**

RIO VERDE – GO, ABRIL DE 2020.



UNIVERSIDADE DE RIO VERDE



EIXO TECNOLÓGICO: PRODUÇÃO INDUSTRIAL

CURSO: COMPRADOR DE MODA
MODALIDADE: EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA

PROJETO APROVADO PELO CONSUNI – CONSELHO UNIVERSITÁRIO
RESOLUÇÃO Nº.

RIO VERDE – GO, ABRIL DE 2020.

Sebastião Lázaro Pereira

Reitor

Leonardo Veloso do Prado

Vice-Reitor

Helemi Oliveira Guimarães de Freitas

Pró-Reitora de Graduação

Gustavo André Simon

Pró-Reitor de Pós-Graduação

Vanessa Renata Molinero de Paula

Pró-Reitor de Extensão e Cultura

Nagib Yassin

Pró-Reitor de Assuntos Estudantis

Eduardo Lima do Carmo

Pró-Reitor de Pesquisa e Inovação

Alberto Barella Netto

Pró-Reitor de Administração e Planejamento

Viviane Aprígio Prado e Silva

Procuradora Geral

Maria Flavina das Graças Costa

Coordenadora Geral do Pronatec

Comissão de Elaboração

Maria Flavina das Graças Costa

Ana Paula de Sousa Prado

Coordenação Pedagógica

Coordenador(a): Ana Paula de Sousa Prado

E-mail: anapradorv@hotmail.com

Telefone: (64) 98137-7733

Sumário

1. CARACTERÍSTICAS DO CURSO.....	6
1.1 Identificação	6
2. DADOS GERAIS DO CURSO.....	6
3. APRESENTAÇÃO.....	7
4. JUSTIFICATIVA	8
5. OBJETIVOS DO CURSO.....	9
5.1 Objetivo geral:	9
5.2 Objetivos específicos:.....	9
6. PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO	9
7. PÚBLICO-ALVO.....	10
8. DIFERENCIAIS DO CURSO.....	10
9. PRÉ-REQUISITOS E MECANISMOS DE ACESSO AO CURSO	11
10. AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM	11
11. MECANISMOS QUE POSSAM PERMITIR A PERMANÊNCIA, O ÊXITO E A CONTINUIDADE DE ESTUDOS DO DISCENTE	12
12. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO	12
13. MATERIAL DIDÁTICO-PEDAGÓGICO.....	12
14. PAPEL DOS PROFESSORES MEDIADORES.....	13
15. MATRIZ CURRICULAR	14
16. EMENTÁRIO.....	15
17. FINS DE APROVAÇÃO/CERTIFICAÇÃO	20
18. INFRAESTRUTURA.....	20
19. REFERÊNCIAS	21

1. CARACTERÍSTICAS DO CURSO

1.1 Identificação

DADOS DA INSTITUIÇÃO
RAZÃO SOCIAL: FESURV – UNIVERSIDADE DE RIO VERDE
CNPJ: 01.815.216/0001-78
CAMPUS: RIO VERDE
ENDEREÇO: FAZENDA FONTES DO SABER, SETOR UNIVERSITÁRIO, RIO VERDE – GOIÁS
TELEFONE: (64) 3611-2200 – SITE: www.unirv.edu.br

REITOR: Sebastião Lázaro Pereira
Campus ou unidade de ensino que dirige: Universidade de Rio Verde – Campus Rio Verde (SEDE)
Identidade: M1132560 – SSP/MG
Endereço: Fazenda Fontes do Saber
Telefone: (64) 3611-2200 – FAX: (64) 3611-2205 – e-mail: reitoria@unirv.edu.br

PROPONENTE: Maria Flavina das Graças Costa
Campus ou unidade de ensino que está lotada: Rio Verde
Cargo/função: Coordenadora Geral do PRONATEC
CPF: 279.172.821-04
Endereço: Rua 30, nº. 214, Vila Baylão, Rio Verde, Goiás
Telefone: (64) 3623-6302 – e-mail: flavina@unirv.edu.br

2. DADOS GERAIS DO CURSO

Título: Curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) – Comprador de Moda

Eixo Tecnológico: Produção Industrial

Modalidade: EaD

Carga Horária: 200 horas

Escolaridade Mínima: Ensino Fundamental II (6º ao 9º ano) – Completo

Idade Mínima: outros pré-requisitos

Classificação: Formação Inicial e Continuada

Número de vagas: 30

Frequência da oferta: 01

Periodicidade das aulas: 2 vezes por semana

Número de turmas: 01

Turno: diurno / noturno

Período para realização: junho a novembro de 2020

Local: Rio Verde

Dias: terças e sextas-feiras

Horários: 07h às 23h

3. APRESENTAÇÃO

O presente documento constitui o projeto pedagógico do Curso de Formação Inicial e Continuada (FIC) de Comprador de Moda, na modalidade EaD – Educação à Distância. Este projeto pedagógico de curso visa contextualizar e definir diretrizes pedagógicas para o respectivo curso no âmbito da Universidade de Rio Verde.

Com o objetivo de qualificação para o trabalho alçando assim, melhoria da qualidade de vida da comunidade, proporcionando vivências, habilidades e conhecimentos por meios estratégicos de formação para a autonomia e o exercício crítico da cidadania e da profissionalização.

Baseada nos fundamentos educacionais equânimes e nas bases legais da educação profissional e tecnológica brasileira, explicitadas na LDB nº. 9.394/96 e atualizada pela Lei nº. 11.741/08, e demais resoluções que normatizam a Educação Profissional brasileira, mais especificamente a que se refere à formação inicial e continuada ou qualificação profissional, formulamos essa proposta curricular.

Com o curso de Formação Inicial e Continuada de Comprador de Moda, na modalidade EaD, aspiramos “uma formação que permita a mudança de perspectiva de vida por parte do educando; a compreensão das relações que de estabelecem no mundo do qual ele faz parte; a ampliação de sua leitura de mundo e a participação efetiva nos processos sociais” (BRASIL, 2009, p. 5). Dessa forma, almeja-se propiciar uma formação humana e integral em que o

objetivo profissionalizante não tenha uma finalidade em si, nem seja orientado pelos interesses do mercado de trabalho, mas se constitui em uma possibilidade para a construção dos projetos de vida dos estudantes (FRIGOTTO, CIAVATTA e RAMOS, 2005).

Este documento apresenta, portanto, os pressupostos teóricos, metodológicos e didáticos pedagógicos estruturantes da proposta do curso em consonância com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI). Em todos os elementos estarão explicitados princípios, categorias e conceitos que materializarão o processo de ensino e de aprendizagem destinados a todos os envolvidos nesta práxis pedagógica.

4. JUSTIFICATIVA

A Universidade de Rio Verde – UniRV é uma entidade autônoma de direito público, sem fins lucrativos, que tem como objetivo promover a formação do homem para o exercício profissional, bem como ampliar o aprofundamento dessa formação, contribuindo assim para o processo de superação das assimetrias sociais, com vistas ao desenvolvimento justo, responsável, integrado e sustentável. Para tanto, oferecemos uma educação de qualidade, buscando o desenvolvimento social, tecnológico e econômico do país e da região.

Rio Verde, região do sudoeste goiano assume papel de relevante importância regional como centro de comércio de serviços, voltados para todos os ramos de atividade, e tendo sua estrutura econômica voltada principalmente ao agronegócio, mas com significativo alicerce em outros três setores básicos: agropecuária, indústria e comércio, sendo esse último responsável por grande parte do PIB municipal. Neste sentido a formação constante de seus cidadãos, representa ponto primordial no constante desenvolvimento econômico municipal e regional.

Desta forma, a oferta do curso FIC de Comprador de Moda, na modalidade EaD, justifica-se como uma opção para formação de profissionais qualificados, favorecendo a inserção no mercado de trabalho, considerando-se os avanços tecnológicos e a informatização das atividades nos estabelecimentos industriais, comerciais entre outros. A moda é um dos setores que mais movimentam a economia brasileira. Estar atento às mudanças no comportamento do consumidor, das coleções, texturas, tecidos e tendências de mercado é crucial para o entendimento sobre a utilização dos canais que ele utiliza para consumir, possibilitando o desenvolvimento e a criação de uma publicidade que seja atrativa, despertando novas necessidades de compra.

5. OBJETIVOS DO CURSO

5.1 Objetivo geral:

Capacitar o profissional para comprar e planejar coleções por meio do uso de estratégia de marketing e gestão do produto da moda, promovendo comprar assertivas e que propicie retorno financeiro.

5.2 Objetivos específicos:

- Identificar características empreendedoras necessárias ao sucesso de um pequeno/médio negócio comercial, desenvolvendo assim, boas técnicas, legalização de compra, venda, de produtos conhecendo e facilitando o bom andamento comercial;
- despertar o empreendedorismo, estimulando o crescimento profissional dos empresários;
- selecionar e comprar artigos de moda;
- realizar análise mercadológica de tendências da Estação;
- estabelecer redes de contato com os fornecedores;
- avaliar os resultados das vendas; e
- criar estratégias para lançamentos futuros.

6. PERFIL PROFISSIONAL DO EGRESSO

Proporcionar aos estudantes egressos do curso de Comprador de Moda competência técnica e tecnológica em sua área de atuação. Este curso é destinado a estudantes e profissionais de qualquer área do conhecimento que estejam a fim de adquirir e/ou aprofundar suas habilidades em Empreendedorismo e seleção e compra de artigos de moda, utilizando recursos multimidiáticos, que proporcionem uma formação profissional que o torne apto a desenvolver atividades nesta área. O aluno terá conhecimentos específicos que podem ser aplicados no seu dia a dia profissional, e que contribuem para alavancar sua carreira ou desenvolver o seu próprio negócio.

7. PÚBLICO-ALVO

O curso de Comprador de Moda, na modalidade EaD, é destinado a estudantes trabalhadores que tenham Ensino Fundamental II (6º ao 9º ano) – completo.

Respeitada a escolaridade mínima, o curso atenderá prioritariamente:

- I. estudantes do ensino médio da rede pública, inclusive da educação de jovens e adultos;
- II. trabalhadores, inclusive agricultores familiares, silvicultores, aquicultores, extrativistas e pescadores;
- III. beneficiários titulares e dependentes dos programas federais de transferência de renda entre outros que atenderem a critérios especificados no âmbito do Plano Brasil sem Miséria;
- IV. pessoas com deficiência;
- V. povos indígenas, comunidades quilombolas e outras comunidades tradicionais;
- VI. adolescentes e jovens em cumprimento de medidas socioeducativas;
- VII. públicos prioritários dos programas do governo federal que se associem à Bolsa-Formação; e
- VIII. estudantes que tenham cursado o ensino médio completo em escola da rede pública ou em instituições privadas na condição de bolsista integral.

Observações:

a) Consideram-se trabalhadores os empregados, trabalhadores domésticos, trabalhadores não remunerados, trabalhadores por conta própria, trabalhadores na construção para o próprio uso ou para o próprio consumo, de acordo com classificação do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), independentemente de exercerem ou não ocupação remunerada, ou de estarem ou não ocupados.

b) Os beneficiários (público-alvo), citados acima, caracterizam-se como prioritários, mas não exclusivos, podendo as vagas, que permanecerem disponíveis, serem ocupadas por outros públicos.

As pessoas com deficiência terão direito a atendimento preferencialmente em relação às demais.

8. DIFERENCIAIS DO CURSO

Um diferencial do curso é a proposta didático-metodológica que é centrada na participação de quem aprende, valorizando suas experiências e expectativas para o mundo do

trabalho, procurando focar o indivíduo como pessoa, observando-se todas as áreas da aprendizagem e individualizando o processo ao máximo, para que todos possam participar.

9. PRÉ-REQUISITOS E MECANISMOS DE ACESSO AO CURSO

O curso FIC de Comprador de Moda, na modalidade EaD, é destinado a estudantes e trabalhadores que tenham como escolaridade mínima, Ensino Fundamental II (6º ao 9º ano) completo. O acesso ao curso será acertado em comum acordo com os demandantes.

10. AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

A avaliação é um elemento fundamental para acompanhamento e redirecionamento do processo de desenvolvimento de aprendizagens relacionadas com a formação geral e habilitação profissional, será contínua e cumulativa. Deverá possibilitar o diagnóstico sistemático do ensino e da aprendizagem, prevalecendo os aspectos qualitativos sobre os quantitativos e dos resultados obtidos ao longo do processo da aprendizagem sobre provas finais, conforme previsão na Lei de Diretrizes e Bases da Educação – LDB.

A avaliação da aprendizagem do estudante do Curso de Formação Inicial e Continuada de Comprador de Moda abrange o seguinte:

- I. Verificação de frequência; e
- II. avaliação do aproveitamento.

Considerar-se-á aprovado por média o estudante que tiver frequência às atividades de ensino de cada unidade curricular igual ou superior a 75% da carga horária e média final igual ou superior a 6,0 (seis).

Paralelamente ao período letivo, será propiciado ao estudante revisão e recuperação continuada das avaliações programadas que serão desenvolvidas concomitantes com o processo de ensino-aprendizagem. Será assegurada pelo professor mediador, por meio do acompanhamento das atividades desenvolvidas nos encontros presenciais e via *chat* plantão tira-dúvidas com o professor do curso, bem como as desenvolvidas a distância pelo estudante considerando-se, prioritariamente, a assimilação e não apenas a nota.

11. MECANISMOS QUE POSSAM PERMITIR A PERMANÊNCIA, O ÊXITO E A CONTINUIDADE DE ESTUDOS DO DISCENTE

Visando garantir a permanência e o êxito escolar, aos alunos que apresentarem dificuldade de aprendizagem será disponibilizado, pelos professores, apoio pedagógico. Incentivar-se-á a montagem de grupos de estudos a fim de minimizar as dificuldades individuais encontradas no decorrer do processo de aprendizagem.

Caberá ao professor formador informar ao serviço pedagógico a relação de alunos infrequentes. Esses dados contribuirão para que a equipe promova estratégias preventivas e de reintegração dos ausentes. Vale ressaltar que durante todo o curso, os alunos serão motivados a prosseguir seus estudos por meio dos demais cursos ofertados pela Universidade.

12. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO CURSO

O curso será ministrado por professores aprovados em processo seletivo, que utilizarão diversas estratégias de ensino com o intuito de criar condições favoráveis para garantir o aprendizado dos alunos. Nesse processo de mediação do conhecimento, os docentes, de acordo com o perfil da turma, conteúdo programático e objetivo a ser alcançado na aula, poderão escolher ou utilizar, simultaneamente, diversos procedimentos.

13. MATERIAL DIDÁTICO-PEDAGÓGICO

A metodologia está apoiada na utilização de múltiplos meios (mídias) para o alcance dos objetivos educacionais propostos. Cada mídia tem sua especificidade e pode contribuir para atingir determinados níveis de aprendizagem com maior grau de facilidade e atender à diversidade e heterogeneidade do público-alvo. A interligação de computadores em rede possibilita a formação de um ambiente virtual de ensino e aprendizagem (AVEA), permitindo a integração dos conteúdos disponíveis em outras mídias, além de permitir a interatividade, a formação de grupos de estudo, a produção colaborativa e a comunicação entre professor e estudantes e destes entre si.

Para cumprir a carga horária do curso, o estudante não precisará ir ao Polo de Apoio Presencial, a fim de participar dos encontros que serão realizados semanalmente, bem como

realizar avaliações, estudos e atividades previstas no material Online e no AVEA de cada componente curricular, visando garantir o desenvolvimento das qualificações (saberes, habilidades e valores / atitudes) preconizadas pelas diretrizes curriculares do curso. Os encontros presenciais acontecerão, por meio do Google Meet, enquanto durar a pandemia do Covid-19. Durante os encontros, os professores mediadores deverão desenvolver a oralidade dos estudantes por meio de atividades práticas que promovam a interação oral entre estudante e professor, estudante-estudante, auxiliar no desenvolvimento da autonomia do estudante, bem como orientar os estudantes visando a ajudá-los a superar as dificuldades de aprendizagem dos conteúdos, inserção no curso, organização do tempo de estudo, atividades de estudo programadas etc.

O conteúdo audiovisual utilizado no curso está relacionado com o ambiente virtual, permitindo a expansão e o detalhamento dos conceitos abordados. A integração das mídias é realizada com o uso do AVEA, utilizando a plataforma Google Classroom, Google Drive e Google Meet, as quais permitirão o armazenamento, a administração e a disponibilização de conteúdos no formato web. Dentre esses, destacam-se: vídeos, objetos de aprendizagem, fóruns, salas de bate-papo, conexões a materiais externos e atividades interativas.

Os encontros presenciais, se forem imprescindíveis nesse momento delicado de pandemia pela Covid-19, terão metodologias específicas.

As avaliações ocorrerão nos polos por meio de provas presenciais. A aplicação dessas avaliações será realizada pelos professores mediadores presenciais, agendadas previamente com os alunos, evitando-se aglomerações.

14. PAPEL DOS PROFESSORES FORMADORES

No desenvolvimento do Curso FIC em Comprador de Moda, utilizar-se-ão as formas de comunicação descritas nas estratégias pedagógicas voltadas para o compartilhamento de conhecimentos. Esses recursos de comunicação serão mecanismos de mediação entre estudantes e professores formadores por meio da plataforma. Sendo assim, a Universidade de Rio Verde organizou um sistema de ensino e aprendizagem que consiste em uma infraestrutura de comunicação, espaços físicos e tecnológicos que servem de suporte para a interação entre estudante-estudante, estudante-professor a distância, estudante-professor formador, bem como o acompanhamento do coordenador do curso às atividades que terão que ser desenvolvidas. O objetivo dessa organização é trabalhar para que os estudantes sejam acompanhados e orientados

no desenvolvimento do seu curso por profissionais preparados para motivá-los nos seus estudos, auxiliando-os no processo de aquisição de autonomia para a construção de sua própria aprendizagem.

O Coordenador de Curso deve acompanhar todo o processo desenvolvido pelo professor formador à distância e, também, acompanhar o desenvolvimento das atividades virtuais e os momentos de encontro presencial.

O professor formador a distância também é o responsável pelo planejamento e elaboração do material didático das unidades curriculares do curso que compreende o estudo a distância e o encontro presencial, de forma que também deverá orientar o aluno em suas atividades didáticas por meio de roteiro previamente elaborado. O estudante também recebe um roteiro prévio para orientá-lo a respeito dos conteúdos que devem ser estudados previamente e sobre as atividades que deverão ser realizadas. O professor formador além do atendimento presencial, irá atender estudantes também no AVEA para o estudo dos conteúdos. Poderá usar diversas ferramentas.

Caso o estudante sinta dificuldade ou não consiga realizar alguma atividade, ele deverá entrar em contato com o professor formador ou o coordenador do curso de modo que este providencie o auxílio necessário para que consiga avançar nos estudos. Os materiais estão disponíveis para acesso, via internet, no AVEA, por meio da plataforma Google Suite, onde serão acrescentadas outras atividades e materiais propostos pelo professor formador. O AVEA cumprirá a função de canal de comunicação entre os professores mediadores e os estudantes. Nele, serão centralizadas as ações que irão apoiar o aprendizado do estudante: dúvidas, indicações de materiais complementares, adequação dos conteúdos ao contexto específico dos estudantes, atividades complementares, entre outros.

15. MATRIZ CURRICULAR

A organização curricular consolidada no Projeto Pedagógico de Curso obedece ao disposto na Lei nº. 9.394, de 20 de dezembro de 1996; na Lei nº. 11.892, de 29/12/2004, que regulamenta o § 2º do art. 36 e os artigos 39 a 41 da LDB, que tratam da Educação Profissional; na Resolução nº. 02, de 30 de janeiro de 2012 que define Diretrizes Curriculares Nacionais para o Ensino Médio e na Resolução nº. 06, de 20 de setembro de 2012 que define Diretrizes Curriculares Nacionais para a Educação Profissional Técnica de Nível Médio, que estabelece Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação de Jovens e Adultos; no Decreto nº. 5.154, de

23 de julho de 2004; no Decreto nº. 8268, de 18 de junho de 2014; Resolução nº. 13.005 PNE, de 25 de junho de 2014, Guia Pronatec de Cursos FIC e legislação complementar expedida pelos órgãos competentes.

O Curso FIC em Comprador de Moda, modalidade EaD, possui uma carga horária total de 200 h/aula e os conteúdos das unidades curriculares serão apresentados nas ementas juntamente com a bibliografia básica.

A matriz curricular é composta de uma unidade curricular introdutória, voltada à familiarização do estudante com as metodologias e recursos da Educação à Distância, e de unidades curriculares da formação específica voltadas à formação inicial do indivíduo. As avaliações deverão ser formuladas pelos professores mediadores, com base nas situações comunicativas, que direcionaram o desenvolvimento dos conteúdos e das atividades.

O quadro abaixo descreve a matriz curricular do curso e, a seguir são apresentadas as ementas.

COMPONENTES CURRICULARES	
DISCIPLINAS	CARGA HORÁRIA
Ambientação em EaD	12h
Introdução à história da moda	16h
Produção de moda e <i>Styling</i>	30h
Comportamento do consumidor	20h
Técnicas de negociação	20h
Marketing	28h
Tendências para cada estação	24h
Planejamento e desenvolvimento de coleção	30h
Tipos de trajes para cada ocasião	20h
Total	200h

16. EMENTÁRIO

Unidade curricular: Ambientação em EaD	Carga horária: 12h
---	---------------------------

Ementa: Utilização e importância do material didático na educação a distância, acesso ao AVEA e suas funcionalidades. Metodologias de estudo baseadas nos princípios de autonomia, interação e cooperação.

Bibliografia Básica:

BELLONI, M. L. **Educação a Distância**. 5. Ed. Campinas Autores Associados, 2008.

LIMA, A. **Fundamentos e Práticas na EaD**. Natal: UFRN, 2010.

MORAES, R. C. **Educação a Distância e Ensino Superior: Introdução didática a um tema polêmico**. 5. Ed. São Paulo: Senac, 2010.

SILVA, Marco Antonio da; SANTOS, Edmea. **Avaliação da aprendizagem em educação online**. Loyola, 2006.

SILVA, Marco. **Sala de aula interativa**. Rio de Janeiro: Quarteto, 2006.

Unidade curricular: Introdução à história da moda	Carga horária: 16h
<p>Ementa: Moda, conceitualização e perspectiva histórica. Estudos dos elementos sociais, históricos, econômicos e filosóficos que caracterizam uma sociedade de moda e os sujeitos – moda. Fundamentos da metodologia histórica, análise e crítica para utilização como ferramenta de pesquisa de coleção e produtos de moda.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p>	
<p>CASTILHO, K.; GALVÃO, D. A moda do corpo, o corpo da moda. São Paulo, esfera 2002.</p>	
<p>ECO, Humberto, et al. Psicologia do Vestir. Lisboa: Assírio e Alvim, 1989.</p>	
<p>ISSAC, Jules & ALBA, André. História Universal – Oriente e Grécia. São Paulo: mestre Jou, 1964.</p>	
<p>KÖHLER, Carl. História do Vestuário. São Paulo, Martins Fontes, 1993.</p>	
<p>LAVIER, James, A roupa e a Moda. São Paulo, Estação das Letras, 2007.</p>	
<p>SANT’ANNA, Mara Rúbia. Teoria da Moda. São Paulo: Estação das Letras, 2007.</p>	

Unidade curricular: Produção de moda e Styling	Carga horária: 30h
<p>Ementa: Desenvolvimento da percepção através do estudo e exercício do estilo individual. Aplicações de cores, formas, volumes e texturas no vestuário e acessórios de moda, Pesquisa de materiais alternativos. Conceito de estilo. Os estilistas/criadores. A pesquisa de materiais</p>	

alternativos. A busca de novas formas. O estilo Individual. O estilo dos grupos sociais. O estilo na produção individual.

Bibliografia Básica:

LURIE, Alisson. **A linguagem das Roupas**. Rio de Janeiro. Rocco, 1997.

JONES, SeJenkyn. **Diseño De moda**. Barcelona. Ed. Blume 2002.

MENDES/Haye. Valerie. Amy. **À moda do século XX**. São Paulo. Martins Fontes. 2003.

O'Hara, Georgina. **Enciclopedia da Moda**. São Paulo. Companhia das Letras. 1992.

SEELING, Caroline. **MODA – O século das Estilistas**. Ed. Konemann, 2001.

BAUDOT, Francois, **A moda do século**. São Paulo. Cia das letras, 2001.

Unidade curricular: Comportamento do consumidor	Carga horária: 20h
<p>Ementa: Conceito de comportamento do consumidor. Segmentação de mercado. Modelo de comportamento do consumidor. Motivações do consumidor. Os fatores que influenciam o comportamento do consumidor. O processo de decisão da compra. Variáveis do comportamento do consumidor: satisfação, intenção, inovação, crença, atitude. Determinando as compras com base no plano de vendas: estoques x giro. Planejamento do nível de estoque. Determinando o giro. Plano geral para vendas.</p>	
<p>Bibliografia Básica:</p> <p>MERLO. E; CERIBELI, H. Comportamento do consumidor. Rio de Janeiro. LTC, 2014.</p> <p>SOLOMON, M.R. O comportamento do consumidor. Comprando, possuindo e sendo. 5. ed. Porto Alegre : Bookman, 2002.</p> <p>LIMEIRA, T. M. V. Comportamento do consumidor brasileiro. São Paulo: Saraiva, 2008.</p> <p>SHETH, J. N.; MITTAL, B. B. I. Comportamento do Cliente: indo além do comportamento do consumidor. São Paulo: Atlas, 2001.</p>	

Unidade curricular: Técnicas de negociação	Carga horária: 20h
<p>Ementa: Contexto da Negociação. Conceitos e abordagens sobre o processo de conflito. Conflitos interpessoais: tipos e resolução. A necessidade de rever conceitos e repensar as atitudes. Aspectos implícitos e subjetivos: percepções, emoções, comunicação. Construção e consolidação de relacionamentos. Condicionantes: poder, tempo, informação. Táticas e</p>	

abordagens para a otimização de acordos. Negociação distributiva e integrativa. Perfil do Negociador: Estilos comportamentais nas negociações.

Bibliografia Básica:

FISHER, Roger. PATTON, Bruce. URY, William. **Como chegar ao sim: a negociação de acordos sem concessões.** Rio de Janeiro: Imago, 2005.

MARTINELLI, D. P.; ALMEIDA, A. P. **Negociação e solução de conflitos: do impasse ao ganha-ganha através do melhor estilo.** São Paulo: Atlas, 1998. THOMPSON, Leigh L. O negociador. Pearson, 2012.

COHEN, H. **Você pode negociar qualquer coisa.** 16. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

LEWICKI, R. L.; SAUNDERS, D. M.; MINTON, J. W. **Fundamentos da negociação.** Porto Alegre: Bookman, 2002.

Unidade curricular: Marketing	Carga horária: 28h
Ementa: Introdução ao marketing: conceitos, 4 P's, segmentação; Pesquisas aplicadas de mercado. Segmentação e comportamentos dos consumidores; Visão geral do composto de marketing.	
Bibliografia Básica:	
CHURCHILL Jr., Gilbert A. PETER. Marketing: Criando valor para os clientes. São Paulo: Editora Saraiva, 2005.	
COBRA, Marcos. Administração de Vendas. São Paulo: Atlas 1994.	
DIAS, Sergio Roberto. Gestão de Marketing. São Paulo: Saraiva, 2003.	
KOTHER, Philip. Marketing em ação. Rio de Janeiro: Campus, 2002.	
PAULI, Anderson Thomas et al. O Comportamento do Consumidor no Comércio Eletrônico.	
KOTLER, Philip. Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.	
GIGLIO, Ernesto. O comportamento do consumidor. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.	

Unidade curricular: Tendências para cada estação	Carga horária: 24h
---	---------------------------

EMENTA: Tendências: da teoria à pesquisa. Metodologias de percepção e pesquisa na área. Processos práticos de observação e análise. Identificar conceitos.

Bibliografia Básica:

CALDAS, Dário. **Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências.** Rio de Janeiro : Editora SENAC Rio, 2004.

ERNER, Guillaume. **Vítimas da moda? Como a criamos, por que a seguimos?** São Paulo: Ed. SENAC, 2005.

SANTOS, Janiene. **Sobre tendências e o espírito do tempo.** São Paulo. Estação das letras, 2013.

PENN, Mark. **Microtendências: As pequenas forças por trás das grandes mudanças de amanhã.** São Paulo: Ed. Best Seller. 2008.

Unidade curricular: Planejamento e desenvolvimento de coleção	Carga horária: 30h
--	---------------------------

EMENTA: Estrutura da Coleção. Cronograma de atividades no desenvolvimento de coleção – duração da coleção (cronograma). Mercado – alvo e segmentação. Material de apoio promocional. Vitrine: Lançamento da coleção. Desenvolvimento de uma coleção completa. Pesquisa de materiais. Acabamentos.

Bibliografia Básica:

MONNEYRON. F. A Moda e seus desafios. São Paulo. SENAC, 2007.

SEIVEWRIGHT. S. **Pesquisa e Design.** Porto Alegre: Bookman, 2010.

SORGER, R.; UDALE, Jenny. **Fundamentos de Design de moda.** Porto Alegre: Bookman. 2009.

CALDAS, D. Observatório de sinais: **Teoria e prática de pesquisa e tendências.** Rio de Janeiro: SENAC 2004.

BAUDOT, F. **Moda do Século.** São Paulo: Cosac & Naify, 2000.

Unidade curricular: Tipos de trajés para cada ocasião	Carga horária: 20h
--	---------------------------

EMENTA: Tipos de trajés: Esporte completo. Esporte fino. Casual, *Black tie*, Eventos solenes. Eventos diurnos / noturnos. Acessórios. Maquiagem. Comportamento.

Bibliografia Básica:

BOUCHER, François. **História do Vestuário no Ocidente**. São Paulo: Cosac & Naify, 2010.

KOHLER, Carl. **História do Vestuário**. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

LAVIER, James. **A roupa e a moda: uma história concisa**. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

LEVENTON, Melissa. **História Ilustrada do Vestuário**. São Paulo: Publifolha, 2009.

MANSO, Miriam M. M. da Costa. **O reflexo no espelho**. Goiânia: UFG, 2007

SORCINELLI, Paolo (org.). **Estudar a Moda: corpos, vestuários, estratégias**. São Paulo: Senac, 2008.

17. FINS DE APROVAÇÃO/CERTIFICAÇÃO

O aluno será considerado apto à qualificação e certificado desde que tenha aproveitamento mínimo de 60% (sessenta por cento) e frequência maior ou igual a 75% (setenta e cinco por cento).

Após conclusão do curso, o estudante receberá o certificado de Qualificação Profissional de **Comprador de Moda**, modalidade **EaD**, do eixo tecnológico: **Produção Industrial**, carga horária: **200 horas**.

18. INFRAESTRUTURA

As instalações disponíveis para o curso deverão conter: sala de aula com carteiras individuais para cada aluno nos momentos presenciais, biblioteca, datashow e banheiro masculino e feminino e laboratório de informática, para os alunos.

A biblioteca deverá estar equipada com o acervo bibliográfico necessário para a formação integral e específica do aluno e contemplando materiais necessários para a prática dos componentes curriculares, porém, a Educação à Distância possibilita a utilização de suportes de informação independentes da infraestrutura física, sendo veiculados por diversos meios de comunicação e com horários organizados com maior flexibilidade de local, horários e acesso sem a frequência diária em sala de aula.

O estudante é gestor do seu tempo e de seus estudos, mediante recursos tecnológicos como ferramentas de aprendizagem e metodologias de ensino que possibilitarão a interatividade e a cooperação entre o aluno e o professor.

A proposta curricular da disciplina será modular, estabelecendo um prazo de duração e execução, através das plataformas já citadas.

19. REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº. 9.394 de 20 de dezembro de 1996. Institui as Diretrizes e Base para a Educação Nacional. <<http://www4.planalto.gov.br/legislacao/legislacao-1/leis-ordinarias/legislacao-1/leis-ordinarias/1996>>. Acesso em 15 de março de 2011.

_____. Lei nº. 11.892 de 29 de dezembro de 2008. Institui a Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, cria os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia e dá outras providências. Brasília/DF: 2008.

_____. Decreto nº. 5.154, de 23 de julho de 2004. Regulamenta o § 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: 2004.

_____. Presidência da República. Decreto Federal nº. 5.840 de 13 de julho de 2006. Institui o PROEJA no Território Nacional. Brasília: <<http://www4.planalto.gov.br/legislacao/legislacao-1/decretos1/decretos1/2006>>. Acesso em 15 de março de 2011.

_____. Presidência da República. Regulamentação da Educação à Distância. Decreto Federal nº. 5.622 de 19 de dezembro de 2005. <<http://www4.planalto.gov.br/legislacao/legislacao-1/decretos1/decretos1/2005>>. Acesso em 15 de março de 2011.

IFRN/Instituto Federal do Rio Grande do Norte. Projeto Político-Pedagógico do IFRN: uma construção coletiva. Disponível em: <<http://www.ifrn.edu.br/>>. Natal/RN: IFRN, 2012.

_____. Organização Didática do IFRN. Disponível em: <<http://www.ifrn.edu.br/>>. Natal/RN: IFRN, 2012.

MTE/Ministério do Trabalho e Emprego. Classificação Brasileira de Ocupações. Disponível em: <<http://www.mtecbo.gov.br/cbsite/pages/home.jsf>>. Acesso em: 22 fev. 2012.

SETEC/Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica. PROEJA – Formação Inicial e Continuada/ Ensino Fundamental – Documento Base – Brasília: SETEC/MEC, agosto de 2007.

_____. Documento Orientador para PROEJAFIC em Prisões Federais. Ofício Circular nº. 115/2010 – DPEPT/SETEC/MEC. Brasília, 24 de agosto de 2010.

_____. Guia de Cursos FIC. Disponível em: <<http://pronatecportal.mec.gov.br/arquivos/guia.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2012.