



Componente Curricular: Exclusivo de curso ()			Eixo Comum (X)	Eixo Universal ()
Cursos: JORNALISMO E PUBLICIDADE E PROPAGANDA (MKT E CRIAÇÃO)		Núcleo Temático: PRÁTICAS COMUNICACIONAIS		
Nome do Componente Curricular: JORNALISMO, PUBLICIDADE E MERCADO DE MODA		Código do Componente Curricular: ENOP51345		
Carga horária: 4 horas aula 64 h/76h/a	(X) Sala de aula () Laboratório () EaD	Etapa: 7 OPTATIVA		
Ementa: 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.				
Objetivos:				
Conceituais	Procedimentais	Atitudinais		
a) Conhecer o conceito de moda. b) Interpretar as diferentes abordagens sobre a moda no jornalismo e na publicidade. c) Relacionar o mercado e os conceitos de marketing com o universo da moda.	a) Observar a linguagem utilizada para a produção de conteúdo de moda. b) Produzir conteúdo para a editoria de moda.	a) Ser consciente da importância do jornalismo e da publicidade de moda no Brasil e no mundo. b) Ponderar sobre as competências e habilidades dos profissionais do jornalismo e da publicidade exigidas pelo mercado da moda.		
Conteúdo Programático: 1. Conceito de moda				



2. Moda conceitual, moda comercial, alta-costura e *prêt-à-porter*
3. Mercado, *marketing* e universo da moda
4. Jornalismo, Publicidade, comunicação e moda
5. Competências e habilidades exigidas pelo mercado da moda
6. O texto verbal no jornalismo e na publicidade de moda
7. O texto imagético no jornalismo e na publicidade de moda
8. Jornalismo e Publicidade de moda no Brasil e no mundo
9. A moda na blogosfera e nas mídias sociais
10. Transformações da moda e o papel da imprensa
11. Crítica jornalística na moda
12. Cobertura de eventos e assessoria de imprensa
13. Produção de conteúdo para a editoria de moda

Metodologia:

- a) aulas dialogadas com apoio em textos teóricos e em recursos audiovisuais;
- b) exploração de dados de jornais, revistas e vídeos, bem como depoimentos de profissionais;
- c) estudo de casos para verificação e análise da realidade do mercado da moda, à luz dos textos estudados.

Critério de Avaliação:

As atividades realizadas comporão as médias N1 e N2.

N1 Prova Individual (nota A valor 10 peso 7) + Trabalho em grupo (nota B valor 10 peso 3)

N2 Prova Individual (nota A valor 10 peso 7) + Trabalho em grupo (nota B valor 10 peso 3)

Se os educandos não atingirem a média da universidade após a realização de todas as atividades, realizarão Avaliação Substitutiva. Ressalta-se que a Avaliação Substitutiva substituirá a média N mais baixa. Se, após a realização da Avaliação Substitutiva, os educandos não atingirem a média da universidade, deverão realizar Avaliação Final. Nesse caso, a média mínima para aprovação é seis (6,0).



Planejamento semanal:

Semana	Tópico do conteúdo	Referências Bibliográficas
1	Conceito de moda: roupa, indumentária, moda, estilo, vestuário A sociedade refletida na moda Moda conceitual e moda comercial	SORCINELLI, Paolo (org.). Estudar a Moda : corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2008.
2	Sociedade, tempo, espaço e moda Globalização da Moda Economia no Mercado de Moda	ALIL, Gloria. Fashion Marketing : relação da moda com o Mercado. São Paulo: SENAC, 2011.
3	Jornalismo, imparcialidade e moda Características da notícia e das peças publicitárias de moda	D'ALMEIDA, Tarcisio. Das Passarelas às Páginas : um olhar sobre o Jornalismo de Moda. São Paulo: ECA-USP, 2006. (Dissertação de Mestrado).
4	Marketing e moda Necessidades, Desejos, Satisfação e Valor	POSNER, Harriet. Marketing de Moda . GG Br: São Paulo, 2015.
5	O ambiente de marketing de moda e seus elementos Variáveis externas e moda	POSNER, Harriet. Marketing de Moda . GG Br: São Paulo, 2015.
6	O papel da imprensa no processo de adoção de uma nova moda Competências e habilidades exigidas pelo mercado de moda	D'ALMEIDA, Tarcisio. Das Passarelas às Páginas : um olhar sobre o Jornalismo de Moda. São Paulo: ECA-USP, 2006. (Dissertação de Mestrado).
7	Comportamento do consumidor de moda: motivação, percepção, atitudes Estilo de vida, personalidade e autoconceito Grupos de referência e cultura	LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero : a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
8	Os elos da cadeia têxtil e suas características específicas na reportagem O texto e a imagem no jornalismo de moda Editorial de moda	D'ALMEIDA, Tarcisio. Das Passarelas às Páginas : um olhar sobre o Jornalismo de Moda. São Paulo: ECA-USP, 2006. (Dissertação de Mestrado).
9	Redes, mídias sociais e moda Dados da rede e semântica das mídias sociais	ALIL, Gloria. Fashion Marketing : relação da moda com o Mercado. São Paulo: SENAC, 2011.
10	Cultura digital Influenciadores digitais E-branding e moda	ALIL, Gloria. Fashion Marketing : relação da moda com o Mercado. São Paulo: SENAC, 2011.
11	Twitter, Facebook, Instagram, YouTube Pinterest, LinkedIn, Tumblr, Snapchat, WhatsApp, blogosfera e a moda	POSNER, Harriet. Marketing de Moda . GG Br: São Paulo, 2015.
12	Crítica jornalística Informação x opinião A cobertura de desfiles Eventos de moda	D'ALMEIDA, Tarcisio. Das Passarelas às Páginas : um olhar sobre o Jornalismo de Moda. São Paulo: ECA-USP, 2006. (Dissertação de Mestrado).
13	Decisões estratégicas para a empresa/marca de moda Pesquisa de mercado da moda Ciclo de vida de produto da moda Gestão de marca de moda	POSNER, Harriet. Marketing de Moda . GG Br: São Paulo, 2015.
14	Assessoria de imprensa e a moda Press-Release e press-kit de moda Assessoria de imprensa nos desfiles	D'ALMEIDA, Tarcisio. Das Passarelas às Páginas : um olhar sobre o Jornalismo de Moda. São Paulo: ECA-USP, 2006. (Dissertação de Mestrado).



15	Comunicação integrada Material de apoio à venda pessoal, eventos e propaganda Marketing direto	POSNER, Harriet. Marketing de Moda . GG Br: São Paulo, 2015.
16	Mídias sociais, moda e <i>brand lovers, haters</i> , arquétipos, <i>persona</i> e <i>storytelling</i> Plano de conteúdo, calendário Editorial e geração de <i>leads</i> Métricas, <i>links</i> patrocinados, google Adwords e Google Analytics	POSNER, Harriet. Marketing de Moda . GG Br: São Paulo, 2015.
17	Tendência e prognóstico de moda Pesquisa de observação, na internet, viagem de pesquisa e profissionais <i>Trend forecasting, Trendspotting</i> e <i>Trendhunting</i>	ALIL, Gloria. Fashion Marketing : relação da moda com o Mercado. São Paulo: SENAC, 2011.
18	Ciclo de tendências e liderança de moda Ciclos Curto e Longo Ciclo de Vida do Produto de Moda <i>Trickle Down</i> e <i>Trickle Across</i> Calendário mundial da moda	POSNER, Harriet. Marketing de Moda . GG Br: São Paulo, 2015.
19	Mídias sociais corporativas Posicionamento, <i>target</i> , concorrência, gerenciamento de crise Maturidade nas mídias sociais <i>Social Methodology Center</i>	ALIL, Gloria. Fashion Marketing : relação da moda com o Mercado. São Paulo: SENAC, 2011.
20	PROVA SUBSTITUTIVA	Toda a bibliografia da disciplina.
21	PROVA FINAL	Toda a bibliografia da disciplina.

Bibliografia Básica:

KALIL, Gloria. **Fashion Marketing**: relação da moda com o Mercado. São Paulo: SENAC, 2011.

POSNER, Harriet. **Marketing de Moda**. GG Br: São Paulo, 2015.

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

Bibliografia Complementar:

BARTHES, Roland. **Sistema da Moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

CALANCA, Daniela. **História social da moda**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2011.

D'ALMEIDA, Tarcisio. **Das Passarelas às Páginas**: um olhar sobre o Jornalismo de Moda. São Paulo: ECA-USP, 2006. (Dissertação de Mestrado).

KRONKA, Eleni. **A Cobertura de Moda nos Jornais Diários**: do Comentário Ameno ao Status de Notícia (uma Análise Comparativa dos Jornais 'O Estado de S. Paulo' e 'Folha de S. Paulo'). São Paulo: ECA-USP, 2006. (Dissertação de Mestrado).

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.