



| Componente Curricular: Exclusivo de curso () | | Eixo Comum (X) | Eixo Universal () |
|--|---|--|--------------------|
| Cursos: JORNALISMO E PUBLICIDADE E PROPAGANDA | | 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 | |
| Professora: VALÉRIA MARTINS/LOURENZO GUIDONI | | | |
| 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 <i>prêt-à-porter</i> 3. Mercado, <i>marketing</i> 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 31.julho | 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 7.agosto | Sociedade, tempo, espaço e moda Globalização da Moda Economia no Mercado de Moda | KALIL, Gloria. Fashion Marketing : relação da moda com o Mercado. São Paulo: SENAC, 2011. |
| 3 14.agosto | Jornalismo, imparcialidade e moda Características da notícia e das peças publicitárias de moda TRABALHO 1 * Valor 10 - peso 3 * Entrega em 18.setembro | D'ALMEIDA, Tarcisio. Das Passarelas às Páginas : um olhar sobre o Jornalismo de Moda. São Paulo: ECA-USP, 2006. (Dissertação de Mestrado). |
| 4 21.agosto | Marketing e moda Necessidades, Desejos, Satisfação e Valor O ambiente de marketing de moda e seus elementos | POSNER, Harriet. Marketing de Moda . GG Br: São Paulo, 2015. |
| 5 28.agosto | Variáveis externas e moda | POSNER, Harriet. Marketing de Moda . GG Br: São Paulo, 2015. |
| 6 4.setembro | Competências e habilidades exigidas pelo mercado de moda O papel da imprensa no processo de adoção de uma nova moda | D'ALMEIDA, Tarcisio. Das Passarelas às Páginas : um olhar sobre o Jornalismo de Moda. São Paulo: ECA-USP, 2006. (Dissertação de Mestrado). |
| 7 11.setembro | 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 18.setembro | O texto e a imagem na publicidade e no jornalismo de moda Editorial de moda Os elos da cadeia têxtil e suas características específicas na reportagem | D'ALMEIDA, Tarcisio. Das Passarelas às Páginas : um olhar sobre o Jornalismo de Moda. São Paulo: ECA-USP, 2006. (Dissertação de Mestrado). |
| 9 25.setembro | Conar, publicidade e moda | POSNER, Harriet. Marketing de Moda . GG Br: São Paulo, 2015. |
| 10 2.outubro | AValiação INDIVIDUAL 1 * Valor 10 - peso 7 | D'ALMEIDA, Tarcisio. Das Passarelas às Páginas : um olhar sobre o Jornalismo de Moda. São Paulo: ECA-USP, 2006. (Dissertação de Mestrado). KALIL, Gloria. Fashion Marketing : relação da moda com o Mercado. São Paulo: SENAC, 2011. LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero : a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2002. POSNER, Harriet. Marketing de Moda . GG Br: São Paulo, 2015. SORCINELLI, Paolo (org.). Estudar a Moda : corpos, vestuário, estratégias. São Paulo: SENAC, 2008. |
| Data limite para o lançamento da NI1: 7.outubro | | |
| 11 9.outubro | Devolutiva da Avaliação 1 e comentários Indivíduo e coletividade Cultura digital Influenciadores digitais | LIPOVETSKY, Gilles. O império do efêmero : a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2002. |
| 12 16.outubro | 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 23.outubro | Crítica jornalística Dados da rede e semântica das mídias sociais Twitter, Facebook, Instagram, YouTube Pinterest, LinkedIn, Tumblr, Snapchat, WhatsApp, <i>blogosfera</i> e a moda | D'ALMEIDA, Tarcisio. Das Passarelas às Páginas : um olhar sobre o Jornalismo de Moda. São Paulo: ECA-USP, 2006. (Dissertação de Mestrado). |
| 14 30.outubro | Comunicação integrada Assessoria de imprensa e a moda <i>Press-Release</i> e <i>press-kit</i> de moda TRABALHO 2 * Valor 10 - peso 3 * Entrega em 13.novembro | POSNER, Harriet. Marketing de Moda . GG Br: São Paulo, 2015. |
| 15 6.novembro | Branding, crise, conscientização e moda Mídias sociais, moda e <i>brand lovers</i> , <i>haters</i> , arquétipos, <i>persona</i> e <i>storytelling</i> Posicionamento, <i>target</i> , concorrência, gerenciamento de crise | POSNER, Harriet. Marketing de Moda . GG Br: São Paulo, 2015. |



| | | |
|---|---|--|
| 16 13.novembro | Decisões estratégicas para empresa de moda Plano de conteúdo, calendário Editorial e geração de <i>leads</i> Tendência e prognóstico de moda Ciclo de tendências e liderança de moda Ciclo de Vida do Produto de Moda <i>Trend forecasting, Trendspotting e Trendhunting</i> <i>Trickle Down e Trickle Across</i> | KALIL, Gloria. Fashion Marketing : relação da moda com o Mercado. São Paulo: SENAC, 2011. |
| 17 20.novembro | FERIADO | FERIADO |
| 18 27.novembro | AValiação Individual 2 * Valor 10 - peso 7 | Toda a bibliografia da disciplina. |
| Data limite para o lançamento da NI2: 28.novembro | | |
| 19 4.dezembro | PROVA SUBSTITUTIVA | Toda a bibliografia da disciplina. |
| 20 11.dezembro | 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.