



PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Identificação			
1.1. Unidade: Instituto de Cultura e Arte			
1.2. Curso: Design-Moda			
1.3. Disciplina: PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DE MODA	1.4. Código: ICA0047	1.5. Caráter e regime de oferta: Optativa / semestral	1.6. Carga Horária: 48h/a (3 cr) (48h teórica / 0h prática)
1.7. Pré-requisito:			
1.8. Co-requisito:			
1.9. Equivalências:			
1.10. Professores:			
2. Justificativa			
Atualmente os eventos de moda ocorrem constantemente em diversas fases do ano, como meio de divulgação e consagração de profissionais da área da Moda, portanto é de grande importância para o aluno, o conhecimento desta área.			
3. Ementa			
A moda e a sociedade capitalista: sociedade de massas, consumo, publicidade, consumidores e trabalhadores. A formação da sociedade de consumo no Brasil e suas características. Exportação e importação de produtos de moda. Consumo e cidadania. Os novos consumidores de signos e símbolos.			
4. Objetivos – Geral e Específicos			
I – GERAL Proporcionar ao aluno o conhecimento das várias etapas de como planejar e organizar um evento de moda, com o objetivo de criar mais uma área de atuação no ramo da Moda.			
II – ESPECÍFICOS			
<ul style="list-style-type: none">• Compreender o consumo como fenômeno social;• Entender a diferenciação social através de signos e símbolos de consumo em diversas sociedades.			
5. Bibliografia			
5.1. Bibliografia Básica			
ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. Dicionário Profissional de Relações Públicas e Comunicação . 2 ed. São Paulo: Summus, 1996.			
BARNARD, Malcolm. Moda e comunicação . Rio de Janeiro: Rocco, 2003. 267 p.			
BERNARDO, Felipe Júnir. Relações Públicas . Brasília: ED. Sebrae, 1995.			
CASTILHO, Kathia.; MARTINS, Marcelo M. Discursos da moda: semiótica, design e corpo . 2. ed. São Paulo, SP: Anhembi Morumbi, 2005. 112 p.p.			
5.2. Bibliografia Complementar			
GARCIA, Carol; MIRANDA, Ana Paula de. Moda é comunicação: experiências, memórias, vínculos . 2. ed. rev. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2010. 126 p.			
CASTILHO, Kathia.. Moda e linguagem . 2. ed. rev. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006. 199 p.			
FORTES, Waldyr Gutierrez. Relações públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias . 3. ed. rev. São Paulo, SP: Summus, 2002.			

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia:** teoria e técnica. 3. ed. rev. e ampl. São Paulo, SP: Atlas, 2010.

ZANELLA, Luís carlos. **Manual de Organização de eventos:** planejamento e operacionalização. São Paulo: atlas, 2003.