



convênio:



## pós-graduação **Fashion Design** aplicado ao design estratégico

### público-alvo:

designers – estilistas – profissionais de marketing e moda – empresários - gestores

**período:** março/2011 a maio/2012

especialização lato sensu com 402 horas – reconhecimento MEC

módulos quinzenais: às sextas-feiras das 18:30h as 22:30h e sábados das 08:00h as 17:00h

### OBJETIVOS

#### **Estratégia, idéia criativa e produto final.**

O curso de pós-graduação em **Fashion Design** realizado em Goiânia em convenio com a FACULDADE ÁVILA, é dirigido a graduados em cursos universitários ou equivalentes, profissionais e empresários com experiência na área da Moda. O objetivo é ensinar uma sólida metodologia de projeto que permitirá aos profissionais cumprir, com competência e segurança, seus futuros compromissos profissionais. A formação responde perfeitamente às demandas do mercado de trabalho nacional e internacional, preparando profissionais para o desenvolvimento de pesquisas inovadoras para vencer os desafios tecnológicos dos sistemas industriais.

O curso está centrado no desenvolvimento de projetos de coleções com empresas locais, e oferece a possibilidade de pesquisa utilizando as informações de caráter estratégico e tecnológico do sistema industrial.

O incessante desenvolvimento de estratégias empresariais de produto requer integração entre marketing, design e comunicação. Portanto, o profissional deve trabalhar em todos os âmbitos de uma empresa: **no marketing**, para definir as estratégias de produto, **na pesquisa e desenvolvimento**, para analisar os fatores tecnológicos e produtivos, e **na comunicação**, para estabelecer os valores do produto que será apresentado no mercado.

O curso repassará conhecimentos sobre análise de **mercado**, **pesquisa** de necessidades, comportamento do **consumidor**, **design estratégico**, desenvolvimento de **cenários** relativos aos **novos produtos**, bem como **apresentação e comunicação** de projeto, evidenciando os valores específicos que poderão determinar seu êxito.

### METODOLOGIA

#### **Design estratégico aplicado a Moda, pesquisa, inovação e metodologia de projeto.**

A pós-graduação em **Fashion Design** utiliza a metodologia do Design Estratégico aplicado para o mercado da Moda, aprimorada durante anos de atividade educacional e projetual nas escolas IED e no Centro de Pesquisa – CRIED de São Paulo. O objetivo é desenvolver habilidades empresariais, analíticas e metodológicas; senso crítico e capacidade de elaborar conceitos inovadores; formar pessoas que

possuam sensibilidade, coragem e imaginação para redesenhar tecnologias e produtos.

Atuar no âmbito do Design Estratégico aplicado ao mercado da Moda significa desenvolver capacidades profissionais complexas que permitam compreender necessidades e aspirações dos clientes e reinterpretá-las através de um percurso racional, criativo e objetivo.

#### **O Produto Formativo**

A pós-graduação em **Fashion Design** é indicada para pessoas que desejam crescer profissionalmente e construir um futuro como estilista ou empresário completo e competente, e ideal para quem sente necessidade de novos estímulos e oportunidades.

Um programa de formação, com duração de 14 meses, orientado ao emprego do Design de Moda como estratégia e valor econômico. O curso enfatiza a compreensão do contexto, através de pesquisa e análise do mercado e do consumidor, identificando oportunidades de design e negócios.

Neste processo formativo os alunos da pós-graduação integram equipes que desenvolvem projetos de coleções concretos com empresas de Goiás, nos diversos segmentos da Moda, constituindo-se em laboratórios de projeto práticos.

#### **Workshops**

Os workshops são conduzidos por profissionais de grande competência e conhecimento profissional do mercado, e abordam os diversos temas do sistema da Moda Brasileira e Européia, trabalhando criativamente os conceitos nos setores da área têxtil, fabril, tecidos, novos materiais e acessórios estimulando à reflexão e a capacidade expressiva.

#### **Projeto de Conclusão**

O projeto de conclusão utiliza todas as experiências realizadas durante o processo formativo, e tem como objetivo transformar as oportunidades de design, identificadas em soluções estratégicas de produto, coerente e condizente com as expectativas do consumidor e sustentáveis na empresa.

O brief de projeto será desenvolvido em colaboração com uma empresa de moda de Goiânia ou tema relevante aplicado ao estado de Goiás sob a orientação e coordenação dos profissionais IED que integram o corpo docente. Os alunos devem enfrentar problemas de marketing, design e comunicação, tendo como ênfase a compreensão em profundidade do mercado a partir de cenários futuros.

#### **Módulo Internacional**

A pós-graduação em **Fashion Design** que será realizado em Goiânia oferecerá um módulo opcional no mês de setembro de 2010 em Milão, durante a semana dos desfiles do mais importante momento da Moda Mundial. Também neste período ocorrem diversos eventos, exposições e mostras nas mais importantes lojas e show-room de negocio entre outros. Além de visitas organizadas às escolas de Moda do IED em Milão e Turim, empresas e fornecedoras de tecidos. Este programa terá o acompanhamento de docentes e coordenadores do IED. O valor do Módulo Internacional não está incluído no valor total do curso e deverá ser pago à parte, por ocasião da organização do evento e não conta como carga horária a ser integrada.

#### **Grade Curricular**

##### **MODULO 1 – 156h**

##### **Design Estratégico, Planejamento, Comunicação e Mercado.**

---

###### **Metodologia do Design Estratégico – 36h**

Panorama geral sobre aspectos metodológicos do design estratégico, aplicações e demonstrações de cases reais desenvolvidos pelo CRIED Milão e São Paulo com empresas italianas e brasileiras. Imersão completa sobre as possibilidades de atuação do design estratégico em campos específicos do design de produtos, da moda, da gráfica, da embalagem e do mobiliário, das imagens corporativas, das empresas, da comunicação institucional.

###### **Tendências sócio-cultural, Cenário e Mercado – 24h**

Analisar o processo da evolução histórica do produto em distintas culturas. Compreender as raízes do gosto e os novos valores atribuídos ao design no mercado atual. Compreender as mutações do contexto cultural e social que influenciam as necessidades e expectativas do mercado. Prospectar cenários para entender as perspectivas de evolução do design em um futuro.

###### **Design e Cultura – 24h**

Pretende refletir sobre o universo dos sentidos inscritos na cultura de grupos sociais específicos (segmentos) e suas relações com os atores do mercado. As organizações empresariais enquanto atores do mercado que contribuem para criar novas significações sociais e novas práticas de produto. O objetivo é compreender como a cultura condiciona as práticas organizacionais (produto e comunicação) e, simultaneamente, como as organizações contribuem para transformar a cultura.

###### **Planejamento e Gestão de Pequenos Negócios – 24h**

Apresenta aos alunos como se desenvolve um Planejamento de Projeto – aspectos estruturais, formais, o estilo de projeto, a exploração das idéias, a interpretação formal, a conceituação visual e a identidade gráfica, o sistema e escala humana nos espaço. *Briefing* de projeto e sustentabilidade do mesmo.

###### **Técnicas de Apresentação de Projeto – 24h**

Abordar as técnicas de utilização de recursos audiovisuais para elaboração de projetos de design e de moda; Técnicas de montagem e apresentação gráfica e virtual de projetos em design e de coleção.

###### **Metodologia Científica Aplicada ao TCC – 18h**

As diversas finalidades do trabalho acadêmico se resumem em apresentar, demonstrar, difundir, recuperar ou contestar o conhecimento produzido, acumulado ou transmitido. A pesquisa realizada, a ideia concebida ou a dedução feita perecem se não vierem a público. Existem diversos canais de publicidade adequados aos

diferentes trabalhos e o aluno deve conhecer essas diversas formas de apresentação para publicar e difundir os conhecimentos adquiridos no curso.

##### **MODULO 2 – 138h**

##### **Aspectos Aplicativos e Metodológicos.**

---

###### **Historia da Moda e do Costume – 24h**

A evolução da indumentária. As influências sociais, culturais e econômicas na indústria da *Moda*. Os principais estilistas e seus legados. A Pré-história - Idade Média – Renascimento – Barroco – Rococó - Século XIX - Século XX - Prospecções para a Moda do Século XXI.

###### **Desenho de Moda – 24h**

Desenho da peça planificado do vestuário para aplicação em ficha técnica Desenho de observação das peças do vestuário - Desenvolvimento de bases (masculino, feminino, infantil) - Estudo das cores - Estudo de luz e sombra.

###### **Tecnologia Têxtil – 24h**

Estudo das fibras - Design e a História Têxtil - Denominação e classificação de tecidos - Malhas e Tecido Plano. Estudo de apropriação de uso - Processo de Criação em Tecelagem, tingimento e lavagem. O têxtil aplicado à indústria do vestuário. Sua evolução histórica. A estrutura das fibras. A formação dos tecidos. A melhor aplicabilidade das fibras e dos tecidos. Estudo das propriedades: conforto, caimento, composições usuais e passadoras. As fases produtivas das empresas têxteis e de vestuário, desde a idealização até a realização do produto final.

###### **Planejamento de Coleção e Workshop – 48h**

Viabilidade de insumos, coordenação de cartela de cores, coordenação de materiais têxteis e de aviamentos, coordenação de linhas de produtos. O design como recurso estratégico. Estudo das iconografias e identidade locais no contexto global e construção de ambiências. As principais tipologias e técnicas de utilização dos materiais no setor sportwear. Pesquisas de tendências, escolha das cores. Realização de uma coleção. Desenho, análise dos processos de produção e impressão

###### **Seminários Temáticos – 18h**

São conduzidos por profissionais de grande competência e conhecimento profissional do mercado e aborda os diversos temas contemporâneos da Moda Brasileira e Européia.

##### **MODULO 3 – 108h**

##### **Workshop, Inovação e Projeto de Conclusão**

---

###### **Digital Design – 24h**

Estudo de software aplicado ao desenvolvimento de produto de moda. Desenho de peças do vestuário através de software específico. Aplicação de cores, estampas, acessórios e aviamentos. O retoque fotográfico e a ilustração digital servem para realização gráfica do figurino, colocando em evidência os tecidos e os efeitos de luz e sombras.

###### **Modelagem - Moulage – 24h**

Estudo das bases para modelagem (feminina, masculina e infantil) e suas interpretações para adaptações atualizadas. Experiências de laboratório com a finalidade de adquirir as técnicas e o conhecimento dos principais trabalhos relativos à modelagem e Moulage. Estudo das proporções humanas - Tabelas de medidas - Construção dos diagramas básicos. Desenvolvimento das habilidades motoras - Prática operacional em tecido - Fechamento de peças.

###### **TCC Projeto de Conclusão – 60h**

Na Conclusão do curso, os estudantes serão orientados pelos coordenadores e professores para desenharem um projeto integrado e inovador. O módulo apresentará um novo conceito de desenvolvimento e produção que integra todos os aspectos relacionados à criação de um projeto de Fashion Design.

## **Coordenador do programa POSdesignIED**

**Prof. Amilton Arruda** – Ph.D. em Design pela Universidade Politécnica de Milão – POLIMI – Itália. Mestre em Design e Biônica pelo Centro Ricerche do Istituto Europeo di Design – CRIED – Itália. Designer pela UFPE. Professor do Curso de Design da UFPE desde 1994. Coordenador do Laboratório de Biodesign da UFPE. Diversos trabalhos e projetos apresentados em congresso nacionais e Internacionais de design – São Paulo, Curitiba, Recife, Manaus, México, Chile, Cuba, Itália. Coordenador em Design Estratégico para criação das Redes Estaduais de Design no Programa Via Design do SEBRAE nos estados: DF, PE, AP, PA, RGN, CE, SE e GO. Coordenador e Responsável juntamente com CRIED SP pelos [programas de formação avançada - LAB Design Estratégico] nos estados: SE, CE, MA, RO, MT, GO, SP. Coordenador do programa de pós-graduação em Design [design estratégico – jóias – fashion – interiores] convênio IESB/IED.

## **CORPO DOCENTE**

### **Amilton Arruda**

Ph.D em Design - docente no curso de design na UFPE. Coordenador do programa de pós-graduação em Design Estratégico IED/IESB em Brasília.

### **Daniel Perfeito**

Pós-graduação em Comunicação com o Mercado - ESPM/FINATEC/ UNB. Bacharel em Arquitetura e Urbanismo - FAU/UNB. Criação e Gestão do Escritório Equilíbrio Design, primeira empresa de design incubado e graduado do Brasil. Vice-presidente da ADEGRAF (Associação de Designers Gráficos do Distrito Federal) gestão 2007/2008. Consultor do SEBRAE DF em design gráfico, ambiental e de produto. Docente do programa de pós-graduação IED/IESB em design Estratégico em Brasília.

### **Germana Araújo**

Designer UFPB. Mestre em Semiótica, Desenho e Cultura pela UEFS/BA. Especialista em gestão estratégica de pessoas FANESE/SE e Design Estratégico pelo CRIED. Coordenadora do Núcleo de Design Gráfico do SEBRAE-SE. Professora de Projeto Gráfico e Embalagem pela UNIT. Gestora do projeto de geração de renda e resgate histórico do cangaço através do desenho junto a OSCIP Sociedade do Cangaço (Projeto Linhas da Vida, Poço Redondo/SE) Professora visitante da pós-graduação e graduação do IED de SP. Docente do programa de pós-graduação IED/IESB em Design Estratégico em Brasília.

### **Sergio Lage**

Bacharel em Ciências Sociais pela USP, Especialização em Publicidade e Mercado – Pós Graduação no Departamento de Relações Públicas e Publicidade. Tema da Monografia: A Massofistificação: As Marcas de Luxo na Era da Reprodutibilidade Industrial. Mestre em Sociologia pela USP. Doutorando pela USP com tese: Cultura Consumo e Identidade. Professor de Mercado, Consumo & Tendências e Mercado do Luxo nos cursos de pós-graduação da FIA, RIO Branco, Belas Artes e IED SP. Atualmente coordenador do curso de pós-graduação em Branding do IED de SP. Áreas de especialização e interesse: Comportamento do Consumidor e Antropologia do Consumo, Globalização, Mercado e Relações Interculturais Branding e Análise Estratégica de Cenários e Tendências.

### **Vicente Carvalho**

Formado em Comunicação e Propaganda pela Universidade de Rondônia. Designer contratado pelo SEBRAE RO para gerenciar Núcleos de Design com CETENE. Participou do programa de Formação em Gestores em Design Estratégico do CRIED Itália. Especialização em Design pelo IED de SP. Designer sênior do CRIED SP. Desenvolveu vários projetos na área do design gráfico e design de comunicação. Atualmente é docente do IED SP em InDesign, Photoshop, Corel e Illustrator e Design de Apresentação. Docente da pós-graduação em Design Digital para os cursos de Design Gráfico, e Fashion Design em Brasília e Goiânia.

### **Nelson Kume**

Engenheiro Químico de formação. Realizou vários cursos Técnicos e Tecnológicos em Estilismo, Modelagem Plana, estamparia, Corte e Costura Desenho de Moda e outros. Atualmente docente de representação, desenho e modelagem no IED de São Paulo e Professor de Desenho de Moda nas pós-graduações do IED em Brasília e Goiânia.

### **Débora Carammaschi**

Pesquisadora de história e da cultura. É graduada em Serviço Social pela Pontifícia Universidade Católica - PUC/SP. Especialista em História da Indumentária e da Moda, com Licenciatura Plena em Imagem Pessoal pelo Senac-SP e consultora em políticas educacionais. Atualmente aluna do mestrado em Arte e Estética Interunidas pela Universidade de São Paulo – USP. Docente de História da Moda do IED de São Paulo.

### **Ricardo Camboim**

Engenheiro Têxtil pela FEI 1992, pós-graduação em Administração Industrial pela USP 2004, Mestrando em Engenharia Química pela UNICAMP. Atua como Engenheiro Têxtil e administrador de empresa há 17 anos em toda cadeia da produção têxtil (da fiação, tinturaria até o produto acabado) Fundador da Tinturaria CS e Beneficiadora Têxtil RACS da qual é proprietário e Administrador. Realiza palestras sobre custos, tinturaria e Marketing para indústrias têxteis

### **Francesca Cordova**

Estilista formada pela Anhembí Morumbi. Curso técnico de Estilismo para confecção industrial no SENAI Paraná. Bolsa de Estudo para estagio no IED Barcelona. Professora do Curso de Estilismo do SENAI-PR. Consultoria do CRIED São Paulo no LAB Design de Calçados em Birigui. Consultora do SENAI PR para cadernos de tendência em Design de Calçados. Estilista/consultora das seguintes marcas: Ormatta Lingerie Tecelagem Brasil – São Paulo; Malharia Resultado – Curitiba; Sinditêxtil – Sindicato das Indústrias Têxteis do Paraná; Malharia Thamidi – Jacutinga, Minas Gerais; Malharia Santa Helena – Curitiba.; Du'lita Confeccões – Curitiba. Professora do Curso de Fashion Design do IED São Paulo.

### **Andrea Faria**

Formação em Marketing. Professora da pós-graduação do IESB em Marketing e Gestão de pequenos negócios nos cursos de Design Estratégico e Gestão de Eventos. Tutora em Gestão de Marketing e Formulação Estratégica do MBA Executivo em Gestão e Negócios do Desenvolvimento Regional Sustentável pela UNB. Coordenação Nacional do SEBRAE em Gestão de Projetos e Produtos da Área de Atendimento e Mercado. Responsável pela coordenação e gestão de projetos nacionais na Sede do SEBRAE em Brasília

### **Ana Lucia Niepceron**

Arquiteta pela FAUS em 1980 e modelista paralelamente, desde 1987, iniciou como professora de modelagem nos cursos de moda das faculdades Anhembí-Morumbi, Santa Marcelina, FAAP e SENAC SP, SENAI SP e IED. Consultora de desenvolvimento de produto e especialista na área de Moulage – pesquisa e dimensionamento de formas desde 1984 em São Paulo e outros estados, atuou de 1997 a 2003, prestando assessoria para as marcas Forum e Triton, Em 2004 trabalhou como consultora técnica para a marca Disritmia, depois na C&A, na griffe Otto Studio, e em 2005, trabalhou na padronização de medidas do vestuário feminino e masculino adulto e infantil para importação de produtos do grupo Pão de Açúcar, setor têxtil. Consultora da ABIIT