



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Plano de Ensino			
Universidade Federal do Espírito Santo	Campus Goiabeiras		
Curso: Publicidade e Propaganda			
Departamento Responsável: Comunicação Social			
Data de Aprovação (Art. nº91): 25/08/22			
Docente Responsável: Maria Nazareth Bis Pirola			
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K4587127H2			
Disciplina: (PUBLICIDADE E MODA) - Tópicos Especiais em Publicidade e Propaganda III			Código: COS04929
Pré-requisito:	Não consta		Carga Horária Semestral: 60h
Créditos: 4	Distribuição da Carga Horária Semestral		
	Teórica	Exercício	Laboratório
	60h		
EMENTA			
A moda na história e seus significados. O luxo na moda. Moda, comunicação e linguagem. Publicidade e Moda. Blogueiras, influencers e publicidade de moda.			
OBJETIVOS			
Geral: Compreender o fenômeno da moda e sua relação com a publicidade. Específicos: <ul style="list-style-type: none">• Estudar sobre a história da moda, do luxo e seus significados em cada época;• Compreender como a moda comunica;• Estudar sobre a publicidade de moda na contemporaneidade: estratégias, formatos e mídias;• Conhecer como os corpos são construídos na publicidade de moda;• Entender o fenômeno das blogueiras e influencers na divulgação de marcas e produtos.			
CONTEÚDO PROGRAMÁTICO			
UNIDADE 1 <ul style="list-style-type: none">• A moda na história• Os significados da moda e do luxo			
UNIDADE 2 <ul style="list-style-type: none">• Moda, Comunicação e Linguagem• Publicidade e Moda: estratégias, formatos e mídias• Os corpos na publicidade de moda			
UNIDADE 3 <ul style="list-style-type: none">• Blogueiras, influencers e publicidade de moda			

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

CALANCA, Daniela. **História Social da Moda**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011

KARHAWI, Issaaf. **De blogueira a influenciadora: etapas de profissionalização da blogosfera de moda brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2020.

HOFF, Tânia. **Corpos discursivos: dos regimes de visibilidade às biossociabilidades do consumo**: Recife: Editora UFPE, 2016.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LIPOVETSKY, Gilles. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

ALLÉRÈS, Danielle. **Luxo...: estratégias/marketing**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

KARBO, Karen. **O evangelho de Coco Chanel: lições da mulher mais elegantes do mundo**. São Paulo: Seoman, 2010.

GASTALDO, Édison. **Publicidade e Sociedade: uma perspectiva antropológica**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

TUNGATE, Mark. **Mundo do Luxo: o passado, o presente e o futuro das marcas de luxo**. São Paulo: Seoman, 2014.

ACERVO DIGITAL:

MENDES PEREIRA JÚNIOR, José Maria. **Influência Digital e Publicidade: fundamentos teórico-práticos de um hibridismo instrumental**. Rizoma, Santa Cruz do Sul, v. 10, n. 1, abril de 2022. Disponível em <https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/17066> > Acesso em 20 ago 2022.

PORTAL INTERCOM. Disponível em < <https://www.portalintercom.org.br/>> Acesso em 20 ago 2022.

REVISTA DOBRA[S]. Disponível em <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras> Acesso em 20 ago 2022.

REVISTA MEIO E MENSAGEM. Disponível em < <https://www.meioemensagem.com.br/>> Acesso em 20 ago 2022.

METODOLOGIA

Os métodos utilizados são: aula expositiva e dialogada; leitura de textos do referencial teórico; seminários; análises da publicidade em mídias especializadas de moda; análises de eventos e desfiles como estratégia de divulgação das marcas; análises de instagram de influencers de moda; visitas técnicas aos PDVs de lojas de luxo; entrevistas com influencers e profissionais da moda. **Os recursos técnicos são:** quadro, pincel, computador com acesso à internet e projetor.

CRITÉRIOS/ PROCESSO DE AVALIAÇÃO DA APRENDIZAGEM

NOTA 1: Trabalhos em grupos (tema e dinâmicas a definir)

NOTA 2: Trabalhos em grupos (tema e dinâmicas a definir)

Média: A nota final será a média das 2 (duas) modalidades de avaliação (N1 + N2). Será considerado aprovado o aluno que obtiver média igual ou superior a 7,0 (sete). Caso o aluno não alcance a média 7,0 (sete), será aplicada uma prova de recuperação (final) com todo o conteúdo programático da disciplina. Nestes casos, conforme regimento da UFES, após prova final, será considerado aprovado o aluno que obtiver média igual ou superior a 5,0 (cinco).

Frequência: A frequência será aferida respeitando a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996), que determina a participação dos(as) estudantes em 75% (setenta e cinco por cento) do conjunto das aulas e atividades planejadas para a disciplina, considerando a carga horária total.

CRONOGRAMA

Aula 1- Apresentação da disciplina, materiais, avaliações, conceitos iniciais Unidade 1
Aula 2 - Unidade 1
Aula 3 - Unidade 1
Aula 4 - Unidade 1
Aula 5 - Unidade 2
Aula 6 - Unidade 2
Aula 7 - Unidade 2
Aula 8 - Unidade 2
Aula 9 - Avaliação N1
Aula 10 - Unidade 3
Aula 11 - Unidade 3
Aula 12 - Unidade 3
Aula 13 - Unidade 3
Aula 14 - Avaliação N2
Aula 15 - Fechamento da disciplina (retorno trabalhos, médias, orientações)

Email: maria.pirola@ufes.br