

FACULDADE SENAI CETIQT

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO

PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN DE PRODUTOS DE MODA

2019



ADMINISTRAÇÃO NACIONAL DO SENAI**CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA - CNI**

Presidente: Robson Braga de Andrade

SENAI – Departamento Nacional – SENAI/DN

Diretor Geral: Rafael Esmeraldo Lucchesi Ramacciotti

CONSELHO TÉCNICO CONSULTIVO DO SENAI CETIQT**Conselho Técnico Consultivo – CTC**

Presidente: Aguinaldo Diniz Filho

Representante da região Sul: César Pereira Döhler

Representante da região Nordeste: João Batista Gomes de Lima

Representante da região Norte: Luiz Augusto Barreto Rocha

Representante da região Centro-Oeste: José Francisco Veloso Ribeiro

Representante da região Sudeste: Rafael Cervone Netto

Representante do Ministério da Educação: Marcelo Machado Feres

Representante do Departamento Nacional: Rafael Esmeraldo Lucchesi Ramacciotti

Representante do Departamento Regional SENAI Rio de Janeiro: Antonio César Berenguer Bittencourt Gomes

Representante do Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil: Kamila Merle

DIRETORIA EXECUTIVA COLEGIADA DO SENAI CETIQT**Sergio Luiz Souza Motta**

Diretor Geral

Fernando Rotta Rodrigues

Diretor de Administração e Finanças

SENAI CETIQT - CENTRO DE TECNOLOGIA DA INDÚSTRIA QUÍMICA E TÊXTIL

Endereço: Rua Doutor Manoel Cotrim, 195 - Riachuelo - Complemento: Prédio anexo 6º andar
Rio de Janeiro – RJ

CEP: 20961-040

Tel.: (21) 2582-1025

Fax: (21) 2241-0495

E-mail: dec@cetiqt.senai.br

Home Page: <https://senaicetiqt.com/>

SUMÁRIO

| | |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO | 4 |
| 2. O SENAI CETIQT NO CONTEXTO REGIONAL/NACIONAL..... | 4 |
| 2.1 Da Mantenedora..... | 5 |
| 2.2 Da Base Legal | 5 |
| 2.3 Histórico da IES | 5 |
| 3. PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN DE PRODUTOS DE MODA..... | 7 |
| 3.1 Identificação do Curso | 7 |
| 3.2 Apresentação do Curso..... | 8 |
| 3.3 Objetivos | 9 |
| 3.4 Justificativa do Curso | 9 |
| 3.5 Público alvo | 10 |
| 3.6 Perfil do egresso..... | 10 |
| 3.7 Diferenciais do curso..... | 11 |
| 3.8 Divulgação do Curso..... | 11 |
| 3.9 Processo Seletivo de Candidatos | 11 |
| 3.10 Normas de Funcionamento | 11 |
| 3.11 Frequência | 11 |
| 3.12 Metodologia de ensino | 11 |
| 3.13 Práticas Pedagógicas..... | 12 |
| 4. AVALIAÇÃO | 12 |
| 4.1 Avaliação do ensino-aprendizagem | 12 |
| 4.2 Recuperação | 13 |
| 4.3 Avaliação do Curso..... | 13 |
| 5. GRADE CURRICULAR | 14 |
| 5.1 Detalhamento das Disciplinas..... | 15 |
| 6. CORPO DOCENTE | 24 |
| 6.1 Detalhamento das Unidades Curriculares | 24 |
| 7. ACESSIBILIDADE | 24 |
| 8. RESPONSABILIDADE SOCIAL | 25 |
| 9. INFRAESTRUTURA..... | 26 |
| 9.1 Ambiente Virtual de Aprendizagem..... | 26 |
| 9.2 Laboratórios de informática | 27 |
| 9.3 Laboratório de Modelagem Plana | 28 |
| 9.4 Laboratório de Draping..... | 28 |
| 9.5 Planta Piloto de Confeção | 29 |
| 10. BIBLIOTECA..... | 30 |
| 10.1 Estrutura da Biblioteca..... | 30 |
| 10.2 Conteúdos Disponíveis..... | 31 |
| 10.3 Empréstimo e Acervo..... | 31 |
| 11. CERTIFICADOS..... | 32 |

PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO DESIGN DE PRODUTOS DE MODA

1. INTRODUÇÃO

O Projeto Pedagógico de Curso – PPC é o documento que estabelece as diretrizes dos processos acadêmicos do curso, visando a formação de um profissional qualificado, expressando a prática pedagógica cotidiana do curso, dando direção à gestão e às atividades educacionais. Em conformidade com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, através da Lei Federal nº 9394/96, O CETIQT, Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil, tem suas origens no decreto lei 5.222 de 23/01/43, recebendo na época a denominação de Escola Técnica Federal da Indústria Química e Têxtil. Coube ao SENAI/DN construir, manter e administrar a escola.

O Curso de Pós-Graduação *lato sensu* em Design de Produtos de Moda é concebido à luz das diretrizes educacionais para o ensino de Pós-graduação. Para tanto, o SENAI CETIQT se apoia na experiência institucional no que se refere ao atendimento dos diversos segmentos da cadeia têxtil e de confecção nacional, o que lhe permite uma adequada avaliação das demandas presentes e futuras referentes ao campo do Design de Produtos de Moda.

O Projeto apresentado busca atender à Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (Lei n.º 9.394, de 20.12.96), que reserva especial papel à Educação Universitária e à formação de profissionais da Educação e das demais áreas de atuação profissional, além de Pareceres e Resoluções do Conselho Nacional de Educação, Portarias e Decretos do Ministério da Educação, ao Plano Nacional de Educação, bem como vem ao encontro do anseio e necessidade da população do Rio de Janeiro e demais regiões.

2. O SENAI CETIQT NO CONTEXTO REGIONAL/NACIONAL

O SENAI (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial) é uma das entidades que compõem o “Sistema S”, ou serviços sociais autônomos, entidades de caráter privado e sem fins lucrativos, incentivadas por meio de recursos oriundos da indústria. Sua missão é “Promover a educação profissional e tecnológica, a inovação e a transferência de tecnologias industriais, contribuindo para elevar a competitividade da indústria brasileira”.

Criado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI), em 1942, para atuar nas áreas de educação profissional e prestação de serviços técnicos e tecnológicos, atualmente, o SENAI é considerado o maior complexo de educação profissional e tecnológica da América Latina, qualificando mais de 3,0 milhões de trabalhadores brasileiros a cada ano.

O SENAI apoia empresas em 28 áreas industriais por meio de um Departamento Nacional, 27 Departamentos Regionais e unidades operacionais instaladas nos 26 Estados e no Distrito Federal. O SENAI CETIQT (Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil) atua como centro de tecnologia e formação profissional para a Cadeia Têxtil e de Confecção do país, sendo assim, através de seus projetos e processos, o SENAI CETIQT busca elevar a competitividade industrial, promovendo o crescimento da indústria.

O SENAI CETIQT oferece cursos de Graduação, Pós-Graduação e Extensão, além de Serviços Técnicos e Tecnológicos às empresas que formam a cadeia têxtil e de confecção e desenvolve Estudos e Pesquisas a diferentes setores da Indústria. Também opera em uma Unidade na Barra da Tijuca, desde 2004, que no presente momento funciona de modo integrado com a Unidade Riachuelo.

A Faculdade SENAI CETIQT possui estrutura de destaque, com plantas-piloto que reproduzem o ambiente fabril, planta piloto de confecção, rede integrada de laboratórios e uma área de Inovação, Estudos e Pesquisas, com foco em antropometria, comportamento e consumo, cor, design, economia criativa, prospecção tecnológica e mercadológica, sustentabilidade e responsabilidade socioambiental.

2.1 Da Mantenedora

A Faculdade SENAI CETIQT tem como entidade mantenedora o SENAI DN – Sistema Nacional de Aprendizagem Industrial – Departamento Nacional, o qual localiza-se no Setor Bancário Norte, Quadra 1, Bloco C, Edifício Roberto Simonsen – 70040-903 – Brasília – DF, Tel.: (0xx61) 317-9000, FAX: (0xx61) 3317-9190. O SENAI DN foi criado em 1942, por iniciativa do empresariado do setor, hoje, um dos mais importantes polos nacionais de geração de conhecimento ao desenvolvimento industrial.

2.2 Base Legal

A Faculdade SENAI CETIQT é um Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil, com sede e limite territorial de atuação circunscrito ao município do Rio de Janeiro, Estado do Rio de Janeiro, credenciada pelo Ministério da Educação, tendo em vista o disposto no Decreto no 5.773, de 09/05/2006, com alterações do Decreto no 6.303, de 12/12/2007, na Portaria Normativa no 40, de 12/12/2007 e no Parecer no 173/2010, da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação, conforme consta do Processo e-MEC no 20079165, bem como a conformidade do Regimento da Instituição e de seu respectivo Plano de Desenvolvimento Institucional, mantida pelo SENAI/DN – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – Departamento Nacional, com sede em Brasília, Distrito Federal.

2.3 Histórico da IES

A Faculdade SENAI CETIQT é uma Instituição de Ensino Superior privada, particular em sentido estrito, doravante denominada apenas de Faculdade. O SENAI CETIQT, originalmente denominado Escola Técnica da Indústria Química e Têxtil – ETIQT, foi criado em 23 de janeiro de 1943, sob o Decreto-Lei nº 5222, sendo inaugurado apenas em 1949 quando as instalações físicas já estavam finalizadas e o corpo docente selecionado e capacitado pelas empresas têxteis americanas e inglesas, que possuíam equipamentos de última geração. Este foi o começo de uma história de grandes conquistas do SENAI para a indústria têxtil nacional.

Em 20 de novembro de 1968, a ETIQT, sob Resolução nº 78 do Conselho Nacional do SENAI, ganhou autonomia didático-pedagógica, administrativa e financeira, mediante a criação do Conselho Técnico Administrativo (CTA), compondo assim uma administração colegiada. Com menos de 20 anos de existência, a ETIQT já era considerada uma referência em qualidade e inovação na qualificação de profissionais para as indústrias têxteis brasileiras.

Atuante e atenta às exigências das indústrias e do mercado em expansão, no ano de 1973, a ETIQT, em convênio com a Universidade Estadual do Rio de Janeiro – UERJ, lançou o Curso de Engenharia Operacional Têxtil. Ainda na década de 70, a Instituição criou cinco habilitações para a formação do técnico têxtil (Fiação, Tecelagem, Malharia, Acabamento e Confecção) e passou a desenvolver atividades nas áreas de assistência técnica, informação têxtil e pesquisa aplicada.

Em 26 de outubro de 1979, pela Resolução nº 114 do Conselho Nacional do SENAI, a ETIQT transformou-se no Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil – CETIQT, sendo uma entidade dinâmica, com objetivos amplos e ações bem definidas. Nos anos 1980, o SENAI CETIQT lançou o Curso Técnico de Estilismo em Confecção Industrial, pioneiro na formação de profissionais qualificados para a emergente indústria da moda, e, em novo convênio com a UERJ, lançou o Curso de Engenharia Mecânica: Habilitação Têxtil. Foram estes dois cursos os grandes influenciadores na ampliação da oferta educacional da entidade, sendo o SENAI CETIQT a primeira unidade do Sistema Indústria a ofertar ao mercado formação nestas modalidades.

Em 30 de julho de 1997, o SENAI CETIQT, mediante autorização do MEC, através da portaria nº 868, lançou o primeiro curso de Graduação de Engenharia Têxtil, integralmente desenvolvido pela Instituição no Sistema SENAI. Em 2001, lançou o Curso de Bacharelado em Design, Habilitação em Moda, sendo reconhecido em 2005, por meio da portaria MEC nº 3516, de 13/10/2005, publicada em 14/10/2005.

Consciente da necessidade de expansão das suas atividades para atender às demandas da indústria, neste mesmo ano, o SENAI CETIQT obteve autorização para o funcionamento de mais três cursos: Bacharelado em Artes, habilitação em Figurino e Indumentária; Bacharelado em Administração; e Tecnologia em Produção de Vestuário. Dando continuidade à sua política de expansão, em 2009, a Instituição obteve através da Portaria nº 1617 de 12/11/2009, publicada em 13/11/2009, autorização para a oferta dos cursos de Bacharelado em Engenharia Química, Design – Ênfase em Design de Superfície e Engenharia de Produção, com início em 2010.

Atualmente, na Unidade do Riachuelo são oferecidos vários cursos presenciais voltados para a formação de mão de obra para as indústrias têxteis, químicas e de confecção. O SENAI CETIQT também opera em uma Unidade na Barra da Tijuca, desde 2004, que no presente momento funciona de modo integrado com a Unidade Riachuelo.

A avaliação para credenciamento institucional, visando a oferta de cursos de Pós-Graduação *lato sensu*, na modalidade a distância, concedeu à Faculdade SENAI CETIQT conceito 5 e foi homologada por meio da Portaria MEC nº 298, de 24/03/2011, publicada em 25/03/2011. Tal portaria permitiu que a Instituição passasse a oferecer o Curso de Pós-Graduação em Design de Produtos de Moda também a distância.

A partir do ano de 2013, a Faculdade SENAI CETIQT passou a oferecer, também na modalidade a distância, o Curso de Pós-Graduação *lato sensu* em Docência na Educação Profissional e Tecnológica, que compõe o Programa SENAI de Capacitação Docente.

A nova política da instituição (2015-2019), portanto, é atualizar e reformular seu portfólio de cursos presenciais e a distância, com foco estratégico, ampliando tanto os Eixos como as Modalidades de ensino de forma a abranger diferentes níveis de formação, cargas horárias, programas de governo, necessidades de pessoas físicas e jurídicas e novas tendências do mercado têxtil e de confecção.

3. CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN DE PRODUTOS DE MODA

3.1 Identificação do Curso

Denominação do curso: Pós-graduação em Design de Produtos de Moda

Nível: Especialização (Lato sensu)

C.B.O.: 262425

Vagas: 80

Tempo de duração do curso: 13 meses

Modalidade: à distância (EaD)

Carga horária: 360 horas

Local de oferta: SENAI CETIQT

Instituição executora: Faculdade SENAI CETIQT (credenciada pelo MEC para oferta de cursos de pós-graduação lato sensu, Portaria 298, de 24/03/2011)

Polos de Apoio Presencial:

- **Sede: SENAI CETIQT**

Rua Magalhães Castro, 174 / Riachuelo
Rio de Janeiro / RJ

- **Unidade Espírito Santo: SENAI/ES - CETEC**

Centro Integrado Sesi Senai
Rodovia Darly Santos, s/n - Guaranhuns
Vila Velha / ES

- **Unidade Minas Gerais: SENAI/MG - SENAI MODATEC**

Rua Santo Agostinho, 1717 / Horto
Belo Horizonte / MG

- **Unidade Paraíba: SENAI/PB – CT Moda – Centro de Tecnologia de Moda**

Rua Assis Chateaubriand, 4585 / Distrito Industrial
Campina Grande / PB

- **Unidade Paraná - SENAI/ PR - SENAI Curitiba – Campus Indústria**

Avenida Comendador Franco, 1341, Jardim Botânico / Curitiba/ PR

- **Unidade Bahia: SENAI/BA – SENAI CIMATEC**

Avenida Orlando Gomes, 1845 – Piatã
Salvador/Bahia, CEP: 41650-010

- **Unidade Nova Friburgo/ RJ SENAI Espaço da Moda**

Avenida Conselheiro Julius Arp, nº 85 -Bairro Olaria
Nova Friburgo – RJ – CEP: 28623-000

- **Unidade Campo Grande/MS - SENAI MS**

Av. Afonso Pena, n. 1206
Campo Grande – MS – CEP: 79005-901

- **Unidade Belém/PA - SENAI PA**

Trav. Quintino Bocaiúva, n. 1588 – Bairro: Nazaré
Belém – PA – CEP: 66035-190

• Unidade Rio Grande do Norte – SENAI RN

Av. Senador Salgado Filho, n. 2860 – Bairro: Lagoa Nova
Natal – RN – CEP: 59075-900

• Unidade Ceará – SENAI DR/CE

Av. Barão de Studart, n. 1980 – Bairro: Aldeota

3.2 Apresentação do Curso

O curso foi instituído com o objetivo de criação de condições para a pesquisa na área de design e moda, desenvolvendo a fundamentação teórica, estimulando a reflexão e proporcionando um melhor conhecimento dessa área. Incentivamos no curso o constante debate de ideias, a troca de conhecimentos, estudo, leitura e discussão. No decorrer do curso, espera-se que os alunos desenvolvam competências que os tornem capazes de atuar profissionalmente na cadeia têxtil, na área de design de moda de forma crítica e analítica.

O currículo tem duração aproximada de 13 meses com uma carga horária total de 360 horas, incluindo a elaboração do Projeto de Conclusão de Curso (PCC) pelo aluno. Consiste em um conjunto de 18 disciplinas, distribuídas em uma sequência que favorece a construção do conhecimento e das competências necessárias à especialização de um designer de produto de moda.

A abertura do curso se dá por meio de uma semana de Ambientação em que o aluno é apresentado ao curso e ao ambiente virtual de aprendizagem, sendo orientado por um tutor sobre o processo ensino-aprendizagem na modalidade a distância. Este tutor também estará interagindo e respondendo às questões levantadas pelos alunos.

Ao longo das disciplinas, o aluno é estimulado a desenvolver seu potencial criativo e a compreender as questões específicas sobre o desenvolvimento de projetos de produtos de moda. Abaixo, seguem as competências que são desenvolvidas:

- Refletir sobre noções e valores do campo do design e analisar as suas relações com o campo da moda.
- Identificar as atribuições do designer nos processos de criação, desenvolvimento e produção de um produto.
- Refletir sobre o uso do design como ferramenta para diferenciação e inovação de produtos.
- Analisar a posição do designer como mediador da relação entre usuário e produto.
- Perceber a moda como um conjunto de eventos relacionados entre si.
- Levar o aluno a compreender diferentes teorias e conceitos formulados sobre o fenômeno da moda, analisando-a como expressão da cultura.
- Refletir sobre a moda em sua relação tempo/espaço, com foco no Brasil hoje.
- Estabelecer as bases para uma reflexão sobre o papel do design de moda brasileiro frente à globalização.

3.3 Objetivos

Os objetivos do curso de Pós-Graduação em Design de Produtos de Moda – EAD são:

- Desenvolver as habilidades e competências referentes ao projeto de produto de moda, em sintonia com a atual demanda do mercado, apresentando propostas para os problemas trazidos da *práxis*, analisando-os com uma visão crítica e estimulando ações inovadoras;
- Proporcionar oportunidades para o desenvolvimento das competências que facilitem o ingresso do aluno no mercado de trabalho e ampliem as oportunidades de atuação no campo da moda, do vestuário, da decoração, e outros.

3.4 Justificativa do Curso

O SENAI CETIQT atende à cadeia produtiva têxtil e de confecção em todo o país e, desta forma, projetos que fortaleçam sua atuação em diferentes regiões do Brasil são de especial interesse. As indústrias têxteis e de confecção do vestuário estão dispersas geograficamente, o que torna alto e, muitas vezes inviável para o aluno de fora do Rio de Janeiro, o custo da realização de cursos presenciais do SENAI CETIQT, com mais de 360 horas, como são os cursos de pós-graduação *lato sensu*.

O curso de pós-graduação em Design de Produtos de Moda era oferecido presencialmente desde 2005. Sendo cada vez mais conhecido pelo mercado, passou a ser oferecido na modalidade a distância a partir de 2011. O crescente interesse de profissionais de diferentes cidades brasileiras pelos cursos de pós-graduação do SENAI CETIQT foi a principal motivação da formulação desse projeto a distância, mais especificamente, pela procura expressiva de interessados de todo o país pelo curso de pós-graduação em Design de Produtos de Moda.

O curso ofertado na modalidade a distância tem como sede o Rio de Janeiro e conta com os Polos de Apoio Presencial nos Estados de BA, ES, MG, PB, PR, RJ, PA, MS, CE e RN, em parceria com os Departamentos Regionais do SENAI nestes Estados. Desta forma, os egressos dos cursos superiores desses estados e de sua vizinhança, principalmente, representam a clientela potencial deste curso de pós-graduação - sobretudo os egressos de cursos de moda e design e os profissionais que ocupem posições de criação, desenvolvimento de coleção e gestão nas indústrias de vestuário, confecção e no mercado da moda, além dos profissionais de instituições de ensino e associações de classe, que necessitem aprofundar e sistematizar conhecimentos no campo do design de moda. Some-se a isso a oportunidade de profissionais de outras áreas de formação também poderem se especializar em moda. As Unidades do SENAI em Salvador/BA, Vila Velha/ES, Belo Horizonte/MG, Campina Grande/PB, Curitiba/PR, Nova Friburgo/RJ, Belém/PA, Campo Grande/MS, Fortaleza/CE e Natal/RN, são unidades que já atendem à cadeia têxtil e de confecção e já possuem uma base expressiva de clientes cadastrados, potenciais interessados em nossos cursos.

A cadeia têxtil e de confecção brasileira está, cada vez mais, dedicada ao atendimento de seu mercado final, em toda a cadeia produtiva. Novos mercados de exportação estão emergindo em escala global e existe potencial para o crescimento de toda a indústria. A moda brasileira é um dos setores mais dinâmicos e inovadores da economia e empresas desse segmento chegam a lançar 24 coleções durante o ano, puxando a produção das confecções e de têxteis.

Neste cenário, a moda brasileira vem ganhando cada vez mais espaço, destacando-se, inclusive, internacionalmente. Acredita-se que o Brasil, como outros países da Europa, possa exportar design.

Neste ritmo, é preciso que as organizações contem com recursos humanos qualificados e especializados, para profissionalizar os processos de criação e projeto de produto, orientados pelo foco no cliente. As possibilidades de absorção do profissional de moda pelo mercado, portanto, são inúmeras, tendo este profissional como atuação prevista nas áreas de criação, projeto, desenvolvimento de produto e gestão, dentro de uma visão empresarial.

O tema é, portanto, relevante para a competitividade do setor e o curso combina temática de interesse com a modalidade de ensino que viabilizará a participação de estudantes de outros estados ou daqueles que, por razões diversas, não poderiam participar dos cursos tradicionais presenciais. Assim, este projeto cumprirá os objetivos estratégicos institucionais voltados para prover soluções em educação profissional que contribuam para o desenvolvimento sustentável e para ampliar o atendimento à educação tecnológica, fortalecendo o atendimento às indústrias e, também, preservando e ampliando as alternativas de receitas, visando a sustentabilidade.

Este curso resulta, ainda, do amadurecimento institucional conquistado pela Faculdade SENAI CETIQT, com a consolidação de seus cursos de graduação, de pós-graduação e suas políticas de extensão, além das atividades de atendimento a empresas e estudos especializados realizados pelos Institutos.

3.5 Público Alvo

O curso é dirigido para os profissionais portadores de diploma de nível superior, sejam eles egressos de cursos de graduação (bacharelado, licenciatura ou tecnólogo) ou cursos sequenciais de formação específica, em qualquer área, que conferem diplomação, conforme Resolução CNE/CES nº 01, de 08 de junho de 2007, Art. 1º, § 3º.

São alunos potenciais, sobretudo, os egressos de cursos de moda, design, desenho industrial, artes plásticas ou áreas afins, mas o curso destina-se também a profissionais de outras áreas de formação que desejam se especializar em moda, tendo em vista tanto o aumento das oportunidades de empregabilidade na indústria quanto seu desenvolvimento na mesma como empreendedores.

3.6 Perfil do Egresso

O perfil do egresso do curso de Pós-Graduação *lato sensu* em Design de Produtos de Moda EAD da Faculdade SENAI CETIQT é constituído pela sua capacidade desenvolver coleções e planejamento de negócios da moda, utilizando técnicas e processos adequados ao projeto a ser desenvolvido. O aluno egresso possui domínio de linguagem própria para expressão dos conceitos em seus projetos em Design de Produtos de Moda tendo em vista as tecnologias dispostas no mercado.

O egresso do curso domina as diferentes etapas do desenvolvimento de um projeto de produto de moda, a saber: definição de objetivos de projeto, técnicas e processos de criação, representação gráfica e técnica do produto. O conhecimento se relaciona ao setor produtivo têxtil e de confecção, revelando a formação de uma visão setorial referente à organização do mercado, aos materiais empregados para a confecção de produtos de moda, aos processos produtivos utilizados na escala local/global de produção e às tecnologias, como softwares e máquinas especializadas. Ao final do curso, o aluno está apto a interagir com especialistas de outras áreas de modo a utilizar conhecimentos diversos e trabalhar em equipes interdisciplinares na elaboração e execução de produtos de moda.

3.7 Diferenciais do Curso

- Instituição com conceito 4 no MEC
- Acesso ao Banco de Vagas exclusivo do SENAI CETIQT
- Fashion Lab disponível na unidade Riachuelo do SENAI CETIQT

3.8 Divulgação do Curso

A divulgação do curso é feita através do site do SENAI CETIQT, redes sociais, *e-mail marketing*, folders, visitas às empresas, campanha integrada das ofertas de pós-graduação da IES (rádio, *outdoor*) e principalmente através de cartazes e peças digitais feitas pela IES e disponibilizadas para divulgação pelos polos de apoio.

3.9 Processo de seleção dos candidatos

O processo de seleção é definido em Edital específico. Os critérios de seleção são detalhados no edital, disponibilizado no site do SENAI CETIQT quando da oferta do curso.

3.10 Normas de Funcionamento

O curso recebe a denominação de Pós-Graduação em Design de Produtos de Moda, tendo a duração de 360 horas. O curso é oferecido no campus Barra da Tijuca nas 2ª e 4ª no período noturno e quinzenalmente aos sábados, no horário integral.

Horário de funcionamento: Às segundas e quartas de 19h às 22h e quinzenalmente aos sábados, de 9h às 18h. O horário de funcionamento pode sofrer eventuais ajustes para cumprimento de carga horária das disciplinas.

3.11 Frequência do Aluno

O controle de frequência do aluno será registrado no sistema de gestão escolar (SGE). Será considerado aprovado na unidade curricular, o participante que obtiver frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) às aulas em qualquer unidade curricular (Resolução 04/86 CFE).

3.12 Metodologia de ensino

O Curso de Pós-Graduação em Design de Produtos e Estampa é um curso *lato sensu*, cuja organização curricular apresenta coerência com os Referenciais Curriculares Nacionais publicados pelo Ministério da Educação e com a Metodologia SENAI de Educação Profissional baseada em competências. Entende-se por competência segunda Metodologia SENAI (2013, p. 17) “a mobilização de conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais necessárias ao desempenho de atividades ou funções típicas, segundo padrões de qualidade e produtividade requeridos pela natureza do trabalho”. Atualmente, além das competências técnicas, é fundamental que o profissional tenha iniciativa, autonomia, responsabilidade, capacidade de decisão e, principalmente, saiba trabalhar em equipe.

Visando desenvolver competências que são fundamentais para o perfil profissional, o docente deve aplicar a Metodologia SENAI de Educação Profissional em suas aulas.

Desta forma, o docente deve fazer o uso de situações de aprendizagem que sejam planejadas, desenvolvidas e avaliadas com o propósito de instigar os alunos a desenvolverem a gestão, o planejamento, o raciocínio lógico e a autonomia no processo de aprendizagem, aprendendo assim a lidar com novas e inesperadas situações para a resolução dos desafios além de favorecer a realização de projetos multidisciplinares e interdisciplinares.

3.13 Práticas pedagógicas

Com o objetivo de promover uma aprendizagem significativa, interdisciplinar e contextualizada com o mundo do trabalho, aliando sempre teoria e prática, no curso de pós-graduação em Design de Produtos de Moda são aplicadas as seguintes práticas pedagógicas com o objetivo de transmitir conhecimentos prévios aos alunos, no intuito de aperfeiçoar as habilidades previstas em cada unidade curricular, simulando, sempre que possível, situações que o aluno encontrará no mundo do trabalho, objetivando consolidar as competências estudadas nas diferentes unidades curriculares, promovendo a interdisciplinaridade e a transdisciplinaridade, articulando a teoria e a prática

4. AVALIAÇÃO

4.1 Avaliação do ensino-aprendizagem

A avaliação de aprendizagem desenvolvida pelo SENAI CETIQT visa identificar as competências que foram desenvolvidas pelos alunos e que são necessárias para a resolução de situações de aprendizagem, priorizando sempre a mobilização e articulação de diferentes conhecimentos, habilidades e atitudes.

A avaliação de aprendizagem é feita por disciplina, sendo expressa por nota: de 0 (zero) a 10 (dez) pontos. Essa avaliação será baseada na percepção, observação e acompanhamento do docente sobre a construção do conhecimento de cada aluno nas atividades propostas no ambiente virtual de aprendizagem.

As atividades à distância possuem três modalidades: tarefa, fórum ou questionário. Todas as atividades, independente da modalidade, somam 10 (dez) pontos. O resultado final do desempenho de cada disciplina é a somatória das notas das atividades dividido pela quantidade de atividades, ou seja, é realizada uma média aritmética.

A avaliação presencial ocorre ao final do curso e é realizada no polo ao qual o aluno está vinculado. A avaliação presencial possui peso 10 (dez) e corresponde a uma unidade da grade curricular que contempla a banca de avaliação do projeto de conclusão de curso. A frequência é registrada através da realização das atividades no ambiente virtual de aprendizagem (AVA).

| | |
|------------------|---------------------------------------------------------|
| Aprovado | O discente atingiu nota 7,0 (sete) pontos ou mais |
| Reprovado | O discente obteve nota 6,9 (seis vírgula nove) ou menos |

4.2 Recuperação

Cada disciplina contempla uma atividade de recuperação, destinada aos alunos que não tenham alcançado a média (7,0) para aprovação na disciplina. A atividade de recuperação substituirá a menor nota obtida nas atividades da disciplina. Portanto, ela também se aplica aos alunos que, porventura, tenham perdido alguma atividade. Caso o aluno ainda encontra-se reprovado após a atividade de recuperação, ele pode refazer a disciplina em uma próxima oferta do curso, caso haja vaga, tendo que arcar com o ônus financeiro desta reposição. Os alunos que obtiveram média 7,0 ou mais após as atividades regulares da disciplina e portanto, tendo sido aprovados - não poderão realizar a atividade de recuperação.

A avaliação presencial não prevê atividade de recuperação, uma vez que corresponde à banca de apresentação do Projeto de Conclusão de Curso.

4.3 Avaliação do curso

Ao término de cada disciplina o aluno recebe um formulário de avaliação online para preenchimento. Nesse formulário é questionado o índice de satisfação com o curso relacionado à vários tópicos:

- Motivação despertada;
- Clareza;
- Quantidade oferecida;
- Qualidade e pertinência;
- Esclarecimento de dúvidas pelo tutor;
- Cumprimento do tutor de um prazo de 48 horas para respostas às suas dúvidas;
- Contribuição da tutoria para o seu processo de aprendizagem;
- Adequação das atividades aos materiais didáticos disponibilizados;
- Clareza do enunciado;
- Clareza dos critérios de correção;
- Relevância das atividades propostas;
- Pertinência das tarefas em grupo;

As informações colhidas com a pesquisa de satisfação informam diretamente a Coordenação de Curso, que pode, através da avaliação e percepção dos alunos, propor mudanças e melhorias significativas no ambiente virtual e ensino-aprendizagem das turmas seguintes.

Em 2018, por exemplo, houve uma grande revisão dos conteúdos da pós-graduação em Design de Produtos de Moda. Em vista de deixar o conteúdo mais dinâmico, foram desenvolvidas vídeo-aulas com os professores-tutores, e foram instituídas práticas como vídeo-tutorias, webinars, tutoria ativa, entre outras.

5. GRADE CURRICULAR

| DISCIPLINAS | CARGA HORÁRIA |
|-------------------------------------------------------------|---------------|
| Ambientação | 5h |
| Introdução ao processo criativo | 15h |
| Arte, moda e cultura | 30h |
| Métodos em design de moda (sustentabilidade) | 15h |
| Materiais têxteis e acabamentos | 25h |
| Pesquisa de comportamento e consumo | 25h |
| Representação gráfica de moda (cor) | 30h |
| Formas e objetos de moda | 30h |
| Representação técnica do vestuário | 20h |
| Custos e formação de preços | 25h |
| Marketing estratégico | 20h |
| Design de acessórios de moda | 20h |
| Gestão de negócios (empreendedorismo) | 20h |
| Pesquisa de mercado e tendências | 15h |
| Metodologia da pesquisa | 20h |
| Projeto em design de moda | 30h |
| Projeto de conclusão de curso em design em produtos de moda | 15h |
| Avaliação presencial | 5h |
| Carga horária total = 360 horas | |

5.1 Detalhamento das Disciplinas

| ARTE, MODA E CULTURA |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| Análise do surgimento e das transformações da moda sob o ponto de vista dos grandes movimentos culturais, desde o século XIV. Influências da globalização, os conceitos de cultura local e global e o surgimento de novos padrões culturais e comportamentais. As relações estéticas entre arte e moda, no mundo moderno e contemporâneo. |
| Bibliografia Básica |
| <p>ANDRADE, Pedro Duarte de. Arte & Moda. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2010.</p> <p>CARVALHO, Ana Paula Lima de; CENTENO, Gláucia. Moda, Cultura & Identidade. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2010.</p> <p>CONRADO, Guido; POLLY, Vânia; CATOIRA, Lu. Conceitos de Moda. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2010.</p> <p>MENDES, Valerie; HAYE, Amy de la. A Moda do Século XX. Tradução Luís Carlos Borges. Revisão técnica José Luiz Andrade. 2ª edição. São Paulo: Martins Fontes, 2009.</p> <p>VEILLON, Dominique. Moda e Guerra: um Retrato da França Ocupada. Tradução André Telles. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.</p> |
| Bibliografia Complementar |
| <p>BARTHES, Roland. Sistema da Moda. São Paulo: Nacional/Edusp, 1979.</p> <p>CIDREIRA, Renata Pitombo. Os sentidos da moda. São Paulo, Annablume, 2005.</p> <p>LAVER, James. A Roupas e a Moda. 1 ed. São Paulo. Companhia das Letras, 1989.</p> <p>LIPOVETSKY, Gilles. O Império do Efêmero. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.</p> <p>LURIE, Alison. A linguagem das Roupas. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1997.</p> <p>MOURA, Monica. Design Brasileiro Contemporâneo: reflexões. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.</p> <p>SANT'ANNA, Mara Rubia. Teoria da Moda: sociedade, imagem e consumo. São Paulo: Estação das Letras, 2007.</p> |

| CUSTOS E FORMAÇÃO DE PREÇOS |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| Conceito de custos. Análise de custos e sua relação com mercado de moda e vestuário. Identificação dos custos de matéria-prima, insumos e mão-de-obra para o desenvolvimento de produtos do vestuário. A formação do preço de produtos e serviços. |
| Bibliografia Básica |
| <p>MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custos. 11ª ed. São Paulo: Atlas, 2015.</p> <p>MEGLIORINI, Evandir. Custos: análise e gestão. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2011.</p> <p>RODRIGUES, José Roberto Ferreira. Custos e formação de preços. Rio de Janeiro: Senai Cetiqt, 2017.</p> |
| Bibliografia Complementar |
| <p>CREPALDI, Silvio Aparecido. Contabilidade gerencial: teoria e prática. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2007.</p> <p>CUNHA, Ulisses do Carmo; RODRIGUES, José Roberto Ferreira. A importância da contabilidade de Custos na formação de preços em uma microempresa de uniformes profissionais. REDIGE: Design, Inovação e Gestão Estratégica. v.3, n. 3, 2012.</p> <p>LORENTZ, Francisco. Contabilidade e análise de custos: uma abordagem prática e objetiva. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2015.</p> <p>SANTOS, Joel José. Contabilidade e análise de custos. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2009. VICECONTI, Paulo Eduardo; NEVES, Silvério das. Contabilidade de custos: um enfoque direto e objetivo. 9.ed. São Paulo: Frase, 2010.</p> |

| DESIGN DE ACESSÓRIOS DE MODA |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| O mercado de acessórios de moda. Características e propriedades materiais de bolsas, sapatos e adornos. |
| Bibliografia Básica |
| CHOKLAT, Aki. Design de Sapatos . São Paulo: Senac, 2012. COSTA, Dhora. A História das bolsas . São Paulo: Matrix, 2010. GOLA, Eliana. A Joia: História e design . São Paulo: Senac, 2008. MOUTINHO, Maria Rita; VALENÇA, Máslova Teixeira. A moda no século XX . Rio de Janeiro: Senac, 2000. |
| Bibliografia Complementar |
| COPRUCHINSKI, Lélia. A Arte de Desenhar Joias . [s.L.]: Lélia Copruchinski, 2011. DESIGN MUSEUM. Cinquenta chapéus que mudaram o mundo . 1. ed. [s.L.]: Autêntica, 2011. GLOSSÁRIO DE MODA . Disponível em: < http://glossario.usefashion.com >. Acesso em: 24 jun. 2017 JOHNSON, Anna. Bolsas: o poder de um acessório . [s.L.]: H. F. Ullmann, 2011. KURY, Lorelai, HARGREAVES, Lourdes e VALENÇA, Máslova Teixeira. Ritos do corpo . Rio de Janeiro: Editora SENAC Nacional, 2000. MOTTA, Eduardo. O Calçado e a Moda no Brasil: um olhar histórico . Assintecal, 2004. |

| FORMAS E OBJETOS DE MODA |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| A relação entre homem e objeto focando os produtos de Moda. Construção da forma tridimensional do objeto do vestuário. Classificação e nomenclatura das formas aplicadas ao produto de moda. |
| Bibliografia Básica |
| IIDA, I. Ergonomia: projeto e produção . São Paulo: Blucher, 2016. DUBURG, Annette. Moulage: arte e técnica no design de moda . Porto Alegre: Bookman 2012 FISCHER, Anette; SCHERER, Camila Bisol Brum. Construção de vestuário . Porto Alegre: Bookman, 2010. FULCO, Paulo de Tarso; SILVA, Rosa Lúcia de Almeida. Modelagem plana feminina . Rio de Janeiro: SENAC, 2003. |
| Bibliografia Complementar |
| ARMSTRONG, Helen Joseph. Patternmaking for fashion design . 4. Ed. New Jersey: Prentice-Hall, 2006. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ERGONOMIA . Norma ERG BR 1000: estabelecimento do Organismo Certificador do Ergonomista Brasileiro (OCEB). Recife: ABERGO, 2003. DINIS, Patrícia Martins; SANTOS, Cristiane de Souza dos. Interatividade: homem e objeto de moda . Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2010 DUARTE, Sônia; SAGGESE, Sylvia. Modelagem industrial brasileira . Rio de Janeiro: Sonia Regina Duarte Reis, 2002. FISCHER, Anette. Construção do vestuário . Porto Alegre: Bookmam, 2010. MONTEMEZZO, M. C. F. Sanches; SANTOS, J. G. dos. O papel do vestuário na interação homem-ambiente . Universidade Estadual Paulista, 2003. |

| GESTÃO DE NEGÓCIOS – EMPREENDEDORISMO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| O papel do empreendedor no estabelecimento de metas; planejamento e monitoramento sistemático, conhecimento do mercado; vendas; lucro e indicadores financeiros. |
| Bibliografia Básica |
| AMORIM, Alberto Henrique. Empreendedorismo e negócios . R.J.: Senai Cetiqt, 2010. DILLON, Susan. Princípios de gestão de negócios de moda . São Paulo: Editora Gili, 2013. DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo . 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. |
| Bibliografia Complementar |
| CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo . Editora Saraiva, 2004. MARCUS, José Augusto Veiga da Costa; CARNEIRO JÚNIOR, João Bosco Arbués e KUHL, Carlos Alberto. Análise Financeira das Empresas . 2.ed Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 2015. MATARAZZO, Dante Carmine. Análise Financeira de Balanços . 7.ed São Paulo: Rio de Janeiro: Editora Atlas, 2010. MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Administração para empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios . 2.ed São Paulo: Pearson, 2011. SALIM, César Simões. Construindo planos de negócio: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso . 3 ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005. |

| INTRODUÇÃO AO PROCESSO CRIATIVO |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| Fundamentos do processo criativo e suas principais etapas. Experimentação de diversos métodos e técnicas de criatividade para a solução de problemas. A comunicação visual de ideias – Moodboard. |
| Bibliografia Básica |
| ACADEMIA PEARSON. Criatividade e inovação . São Paulo: Pearson Pretince Hall, 2011. LAWSON, B. Como arquitetos e designers pensam . São Paulo: Oficina de textos, 2011. LODUCCA, C. Grandes Criativos . Campinas: Papirus 7 mares, 2015. NACCACHE, A. (Org.). Criatividade Brasileira : Alex Atala, Fernando e Humberto Campana, Jum Nakao: Gastronomia, Design, Moda. Barueri: Manole, 2013. |
| Bibliografia Complementar |
| De BONO, Edward. Criatividade levada a sério . São Paulo: Editora Pioneira, 1994. EDWARDS, Betty. Desenhando com o lado direito do cérebro . Rio de Janeiro: Editora Ediouro, 2003. HESS, F. Introdução à Criatividade . Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2009. OSTROWER, Fayga. Criatividade e processos de criação . 23 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2008. SCHLICKSUPP, Helmut; KING, Bob. Criatividade: Uma vantagem competitiva . Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999. |

| MARKETING ESTRATÉGICO |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| <p>Visão geral do marketing; Produto; Marca; Categorias de venda; Reflexões sobre a venda pessoal no varejo; Introdução ao planejamento de vendas. Marketing como estratégia e sua aplicação na indústria da moda. Ações táticas do marketing. Definição de: Produto; Marca; Categorias de venda; Introdução ao planejamento de vendas; Distribuição, ponto de venda, política de preço e comunicação. Criação, gestão, proteção, valor e posicionamento da marca.</p> |
| Bibliografia Básica |
| <p>AAKER, David A.; JOACHIMSTHALER, Erich. Como construir marcas líderes. Porto Alegre: Bookman, 2007.</p> <p>COUGHLAN, Anne T. et al. Canais de marketing. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.</p> <p>KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de marketing. 14.ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.</p> <p>OGDEN, James R. Comunicação integrada de marketing: conceitos, técnicas e práticas. 2.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.</p> |
| Bibliografia Complementar |
| <p>KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: moving from traditional to digital. Canada: Wiley, 2016.</p> <p>LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen; HEMZO, Miguel Angelo. Marketing de serviços: pessoas, tecnologia e estratégia. 7 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.</p> <p>NAGLE, Thomas T.; HOGAN, John. Estratégia e táticas de preço: um guia para crescer com lucratividade. 4 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007.</p> <p>RIES, Al; TROUT, Jack. Posicionamento: a batalha por sua mente. São Paulo: M. Books, 2009.</p> <p>ZEITHAML, Valerie A.; BITNER, Mary Jo. Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.</p> |

| MATERIAIS TÊXTEIS E ACABAMENTOS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| Análise e reconhecimento das matérias-primas têxteis e dos processos. Caracterização dos tecidos e propriedades de aplicação. Composições e aspectos comerciais. Principais códigos das etiquetas, uso dos tecidos e cuidados. |
| Bibliografia Básica |
| ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE NÃO-TECIDOS E TECIDOS TÉCNICOS. Manual de têxteis técnicos: classificação, identificação e aplicações . 2. ed. São Paulo: ABINT, 2005. PEZZOLO, Dinah Bueno. Tecidos: história, tramas, tipos e usos . 3. Ed. São Paulo: Senac, 2012. RIBEIRO, Luiz Gonzaga. Introdução à tecnologia têxtil . Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 1984. v. 1. _____ . Introdução à tecnologia têxtil . Rio de Janeiro: SENAI/DN, 1982. v. 2. SENAC. Fios e fibras. Rio de Janeiro, SENAC Nacional, 2002. |
| Bibliografia Complementar |
| BRUNO, F. S. Tecelagem: conceitos e princípios . Rio de Janeiro: SENAI/DN, 1992. CARR, Harold; LATHAN, Barbara. A tecnologia da indústria do vestuário . Oxford: BSP Professional Books, 1988. COOKLIN, Gerry. Introdução à fabricação de roupas . Oxford: BSP Professional Books, 1991. MATTILA, H. R. Intelligent textiles and clothing . Boca Raton, FL: CRC, 2006. MORITZ, Sérgio. Apostila de padronagem . Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2003. OLIVEIRA, GILBERTO JOSÉ DE. Jeans: a alquimia da moda , 2008. PITA, P. A. Fibras têxteis – Volume I . Rio de Janeiro: Senai/Cetiqt, 1996. QUINN, Bradley. Textile futures: fashion, design and technology . Oxford: Berg, 2010. SALEM, Vidal; DE MARCHI, Alessandro; MENEZES, Felipe Gonçalves de. O beneficiamento têxtil na prática . São Paulo: Golden, 2005. VIELMO, Ana Silvia de Lima; LOPES, Lizander Augusto da Costa; MADUREIRA, Maria Cecy. Análise e reconhecimento de materiais têxteis . 2. ed. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2010. |

| MÉTODOS EM DESIGN DE MODA |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| Conceituação de design. Delimitação do campo de atuação do designer de moda. Parâmetros, especificidades e atributos da prática de projeto em Design de Moda. Métodos projetuais, planejamento estratégico e enfoque socioambiental . |
| Bibliografia Básica |
| ARAGÃO, Irina; FORMIGA, Simone. Design & moda . Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2010. BAXTER, Mike. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos . 2. ed. rev. São Paulo: Edgard Blücher, 2000. MANZINI, E.; VEZZOLI, C. O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais . São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002. |
| Bibliografia Complementar |
| DE CARLI, A. M. S.; VENZON, Bernardete L. S. Moda, sustentabilidade e emergências . 1. ed. Caxias do Sul: Editora da Universidade de Caxias do Sul, 2012. KAPLAN, A. A conduta na pesquisa: metodologia para as ciências do comportamento . São Paulo: Herder/EDUSP, 1969. MANZINI, E.; VEZZOLI, C. O desenvolvimento de produtos sustentáveis: os requisitos ambientais dos produtos industriais . São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002. PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos - Guia PMBOK . 5a ed. Pennsylvania: Project Management Institute, 2013. |

SILVA, M. H. G.; da COSTA, P. Z. R. **Design sustentável & moda**. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2010.

METODOLOGIA DA PESQUISA

Ementa

Metodologia científica para elaboração de trabalhos acadêmicos. Métodos de pesquisa. Técnicas básicas para pesquisa bibliográfica e uso de padrões de referências. Elaboração de anteprojetos, projetos e trabalhos finais de produção acadêmica. Técnicas de coleta, análise e interpretação de dados.

Bibliografia Básica

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

LIMA, Manolita Correia. **Monografia: a engenharia da produção acadêmica**. São Paulo: Saraiva, 2004.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São paulo: Atlas, 2002.

Bibliografia Complementar

AMARAL, Daniela Patti do. **Metodologia do trabalho científico**. Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2009.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação**. São Paulo: Atlas, 2008.

ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. 18. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

SENAI CETIQT. **Metodologia da pesquisa / Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial**. Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil. Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2013.

SILVA, J.M. da, SILVEIRA, E.S. da. **Apresentação de Trabalhos Acadêmicos: Normas e Técnicas**. 2ed. Juiz de Fora: Juizforana, 2002

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

FÁVERO, Leonor L. **Coesão e coerência textuais**. São Paulo: Atlas, 2006.

| PESQUISA DE COMPORTAMENTO E CONSUMO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| O contexto sócio-econômico e cultural e sua relação com o consumo de Moda. Comportamento do consumidor e os perfis de público associados à Moda. Pesquisas e projeções de cenários futuros. |
| Bibliografia Básica |
| GIDDENS, Anthony. Modernidade e identidade . Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002. GOFFMAN, Erving. A representação do eu na vida cotidiana . Petrópolis: Ed. Vozes; 1985. MILLER, Daniel. Teoria das compras . São Paulo: Nobel; 2002. SIMMEL, Georg. Filosofia da moda e outros escritos . Lisboa: Texto e Graphia; 2008. SLATER, Don. Cultura do Consumo e Modernidade . São Paulo: Nobel, 2002. |
| Bibliografia Complementar |
| BARBOSA, L. A sociedade de consumo . Rio de Janeiro: Zahar, 2004. _____. Introdução. In.: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (Org.). Cultura, consumo e identidade . Rio de Janeiro: FGV, 2006. BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas . In.: _____. Cultura, consumo e identidade . Rio de Janeiro: FGV, 2006. GADE, C. Psicologia do consumidor e da propaganda . São Paulo: EPU, 1998. FRINGS, Gini S. Moda: do conceito ao consumidor . Porto Alegre: Bookman, 2012. LAVER, James. A roupa e a moda: uma história concisa . São Paulo: Companhia das Letras, 2006. LEVY, Pierre. Cibercultura . São Paulo: Ed. 34, 1999. KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing . São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. MACCRACKEN, Grant. Consumo e cultura: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo . Rio de Janeiro: Mauad, 2003. MEZABARBA, S. R. Comportamento do consumidor . Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2009. POSNER, Harriet. Marketing Fashion . London: Laurence King Publishing, 2011. |

| PESQUISA DE MERCADO E TENDÊNCIAS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| O mercado de moda e a difusão das informações. Veículos para a pesquisa de Moda. Métodos de pesquisa aplicados para produtos de moda. Técnicas de análise e registro de informações. |
| Bibliografia Básica |
| CALDAS, Dario. Observatório de sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências . 2. ed Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2006 COBRA, Marcos. Marketing & moda . São Paulo: Cobra Editora & Marketing, 2007. DOMÍNGUEZ RIEZU, Marta; SEEMAN, Paulo Augusto Almeida. Coolhunters: caçadores de tendências de moda . São Paulo: SENAC SP, 2011 |
| Bibliografia Complementar |
| ALVES, Eleonora; YACCOUB, Hilaine. Referências para Pesquisa de Moda . Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2010. AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Design Thinking . Porto Alegre: Bookman, 2011. BARTHES, Roland. Sistema da moda . São Paulo: Martins Fontes, 2009 FERREIRA JUNIOR, Achilles Batista; RIEPING, Marielle. iTrends: uma análise de tendências e mercados . Curitiba: Intersaberes, 2014. FRINGS, Gini Stephens. Moda: do conceito ao consumidor . 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012 KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing . São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. RODRIGUES, Airton, organizador. Pesquisa Mercadológica . São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015. |

| REPRESENTAÇÃO GRÁFICA DE MODA |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| A expressão gráfica da figura humana e do objeto do vestuário. Representação e composição visual para moda. Noções de cor e harmonia. Estudos de formas e proporções nas imagens. |
| Bibliografia Básica |
| BRYANT, Michele Wesen. Desenho de moda: técnicas de ilustração para estilistas . São Paulo: SENAC, 2012. PEDROSA, Israel. O universo da cor . Rio de Janeiro: SENAC Nacional, 2003. RIEGELMAN, Nancy. 9 Heads: a guide to drawing fashion . 3. ed Los Angeles: 9 Heads Media, 2006. |
| Bibliografia Complementar |
| ALBERS, Josef. A interação da cor . São Paulo: Martins Fontes, 2009. BARROS, Lilian Ried Miller. A cor no processo criativo: um estudo sobre a Bauhaus e a teoria de Goethe . São Paulo: Senac, 2006. CUNHA, Amanda S. Torres. Poéticas visuais bidimensionais . Campinas: Saberes, 2017. DRUDI, Elisabeta. Desenho da figura no design de moda . Amsterdam: Pepin Press, 2011. GOETHE, J. W. Doutrina das cores . São Paulo: Nova Alexandrina, 1996. GUNZI, Elisa Kiyoko. A relação do desenho com o ensino da arte: considerações sobre teoria e prática . Curitiba: InterSaberes, 2016. ITTEN, Johannes. The art of color: the subjective experience and objective rationale of color . New York: John Wiley & Sons, 2004. LLORELLA ORIOL, Anja. 1000 poses in fashion . Barcelona: Maomao Publications, [20--]. WILLIAMS, Robin. Design para quem não é designer: noções básicas de planejamento visual . 4.ed. São Paulo: Callis, 2013. |

| REPRESENTAÇÃO TÉCNICA DO VESTUÁRIO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| Representação técnica do produto do vestuário e sua relação com as características de produção. Fichas de criação e desenvolvimento. |
| Bibliografia Básica |
| LEITE, Adriana Sampaio; VELLOSO, Marta Delgado. Desenho técnico de roupa feminina . Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2004. NAVARRO, Maite Lafuente e Juanjo et al. Ilustración de Moda: Dibujo Plano . Barcelona: Maomao Publicações, 2009. SILVA, Rosa Lúcia de Almeida. Representação técnica do vestuário . Rio de Janeiro: Senai Cetiqt, 2017. |
| Bibliografia Complementar |
| BUNKA FASHION COLLEGE. Guide to fashion design . Tokyo: Bunka Publishing, 1991. IRELAND, Patrick John. Encyclopedia of fashion details . London: BT Batsford, 1987. MELLER, Susan, EFFERS, Joost. Textile Design . London, Thame and Hudson, 1991. MORRIS, Bethan. Fashion illustrator: manual do ilustrador de moda . São Paulo: Cosac Naify, 2007. ROMANATO, Daniella. Desenhando moda com CorelDraw . Rio de Janeiro: Brasport, 2008. |

| PROJETO EM DESIGN DE MODA |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| Desenvolvimento de projetos em Design de Moda a partir de metodologia adequada ao problema/oportunidade/necessidade de projeto. Elaboração de registro das etapas e processos de projeto. |
| Bibliografia Básica |
| AMORIM, Alberto Henrique. Empreendedorismo e negócios . Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2010. ARAGÃO, Irina; FORMIGA, Simone. Design e moda . Rio de Janeiro: SENAI/CETIQT, 2010. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. Administração de marketing . 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012. POLLY, Vânia; MENDES, Cláudia. Projeto de moda . Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2011. |
| Bibliografia Complementar |
| FRINGS, Gini Stephens. Moda: do conceito ao consumidor . 9. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012. HORN, Bibiana Silveira; MEYER, Guilherme Corrêa. Reflexões sobre o uso de metodologias de projeto de produto no desenvolvimento de coleção de moda . Revista Moda Palavra, v.6, n.12. Florianópolis: UDESC, 2013. KOTLER, Philip e AMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing . 9 ed. São Paulo: Pearson, 2005. MEZABARBA, Solange Riva. Persuadindo o consumidor . Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2017. MIRANDA, Ana Paula. Consumo de moda: a relação pessoa-objeto . São Paulo: Estação as Letras e Cores, 2008. PHILIPS, Peter L. Briefing: a gestão do projeto de design . São Paulo: Edgar Blücher, 2008. SEBRAE. Use a matriz F.O.F.A. para corrigir deficiências e melhorar a empresa . Disponível em: < http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/use-a-matriz-fofa-para-corrigir-deficiencias-e-melhorar-a-empresa,9cd2798be83ea410VgnVCM2000003c74010aRCRD >. Acesso em: 20 jun. 2017. TREPTOW, Doris. Inventando moda: planejamento de coleção . Brusque, 2005. |

| PROJETO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM DESIGN DE PRODUTOS DE MODA |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ementa |
| Elaboração de relatório científico de um Projeto em Design de Moda. Apresentação, descrição e análise do projeto realizado na disciplina Projeto em Design de Moda. |
| Bibliografia Básica |
| ANDRADE, Maria Margarida. Introdução à metodologia do trabalho científico . 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010. CASTRO, Claudio de Moura. Como redigir e apresentar um trabalho científico . São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. MASCARENHAS, Sidnei A. (Org.) Metodologia científica . São Paulo: Pearson, 2012. |
| Bibliografia Complementar |
| ANDRADE, Maria Margarida de. Introdução à Metodologia do Trabalho Científico . São Paulo: Atlas, 2005 ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 14724. Informação e documentação — Trabalhos acadêmicos — Apresentação . 2011. CONSALTER, Maria Alice Soares. Elaboração de Projetos: da introdução à conclusão . Curitiba: Ibpex, 2006. ECO, Umberto. Como se faz uma tese . 18. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003. SEVERINO, Antônio J. Metodologia do trabalho científico . 22. ed. São Paulo: Cortez, 2002. |

6. CORPO DOCENTE

| DOCENTE | TITULAÇÃO | REGIME |
|--------------------------------|--------------|----------|
| Akihito Hira Junior | Especialista | Integral |
| Amanda Fernandes Vasconcelos | Especialista | Parcial |
| Breno Tenório Ramalho de Abreu | Mestre | Parcial |
| Gabriel Gimmler Netto | Mestre | Parcial |
| João Dalla Rosa Junior | Doutor | Parcial |
| Rafael da Silva Araújo | Doutor | Integral |
| Reginaldo Antônio da Silva | Especialista | Parcial |
| Rosa Lucia de Almeida Silva | Especialista | Parcial |
| Solange Riva Mezabarba | Doutora | Parcial |

6.1 Coordenação do Curso

Coordenadora: Ana Claudia Lourenço Ferreira Lopes

Cargo: Coordenador Acadêmico do Curso de Design

E-mail: aclopes@cetiqt.senai.br

Titulação:

- Graduação: Comunicação Social – Publicidade e Propaganda
PUC-Rio, Rio de Janeiro/RJ
- Graduação: Fashion Studies – Fashion, Culture, Media and Communication
London College of Fashion, University of the Arts, Londres, Inglaterra
- Pós-Graduação: (Doutorado) Comunicação e Cultura
Escola de Comunicação (ECO), UFRJ, Rio de Janeiro/RJ

7. ACESSIBILIDADE

Em fevereiro de 2000, o Departamento Nacional (DN) instituiu o Projeto Nacional de Inclusão das Pessoas com Necessidades Especiais, com o objetivo de promover o acesso e a inclusão das pessoas com deficiência nos cursos de educação profissional do SENAI. Após a validação da metodologia, por meio de experiência piloto, o projeto foi implantado em todo o Sistema SENAI, ajustado às necessidades e características regionais.

Em agosto de 2001, formalizou-se a expansão do projeto nacional junto a todos os Departamentos Nacionais (DRs), dando início ao Programa SENAI de Ações Inclusivas (PSAI). No começo o público alvo eram apenas as pessoas com deficiência, mas com a implantação e consolidação do programa, seu esboço se ampliou e abriu para a diversidade.

Dessa maneira, atualmente o objetivo geral do PSAI é promover condições de equidade que respeitem a diversidade inerente ao ser humano (gênero, raça/etnia, maturidade, deficiência, entre outras características ligadas à vulnerabilidade social) visando à inclusão e formação profissional destas pessoas nos cursos dos SENAI, com base nos princípios do Decreto executivo Nº 6949/2009 (Convenção sobre os direitos das pessoas com deficiência).

A partir disso, a inclusão, como princípio educacional norteador das ações formativas, passou a ser uma diretriz e estratégia institucional de todo o Sistema.

Com essa amplitude, hoje, o PSAI já é reconhecido nacional e internacionalmente no campo da educação profissional inclusiva. Em 2007, o Conselho Nacional do SENAI definiu uma direção para a atuação institucional por meio da Diretriz 11, aprovada pela Resolução nº 329: Devem ser implantadas e consolidadas políticas e ações afirmativas de inclusão social na educação profissional e tecnológica.

Em continuidade ao processo de implantação, coordenação e sistematização da inclusão, em 2017, o SENAI CETIQT formalizou com a elaboração e confecção do Regulamento do Programa de Ações Educacionais Inclusivas, ações inclusivas que estavam em desenvolvimento, na educação profissional e tecnológica.

8. RESPONSABILIDADE SOCIAL

A Responsabilidade Social deve focar em dois conceitos: o da transparência — pois tanto o discurso da organização quanto a prática devem caminhar lado a lado — e o dos valores éticos, que nortearão a empresa na construção de uma sociedade mais igualitária.

O SENAI CETIQT atua fortemente na área de inclusão e responsabilidade social, a exemplo de suas ações, de modo a:

- Proporcionar o acesso, sem discriminação de raça, gênero, orientação sexual, religião, cultura, perfil socioeconômico, necessidade educacional específica e deficiência de qualquer natureza; e
- Proporcionar meios de permanência e acompanhar os motivos da desistência, sem discriminação de qualquer natureza, visando minimizar os fatores desencadeantes da evasão, minimizando as dificuldades de realização dos cursos.

Além disso, o SENAI CETIQT desenvolve ações que são projetos realizados no âmbito da Unidade envolvendo público interno e/ou externo, como:

- Campanha do Agasalho
- Projeto Doando Vida – Campanha de doação de sangue
- Campanha Sua vida tem valor – Setembro Amarelo
- Campanha da Semana de Responsabilidade Social – ABMES
- Campanha de Conscientização – Outubro Rosa
- Campanha de Conscientização – Novembro Azul
- Campanha Natal Solidário
- Outros projetos, palestras e campanhas desenvolvidos pelos alunos, docentes e colaboradores e pertinentes ao tema.

As ações promovidas pela instituição têm o objetivo de disseminar a solidariedade e valorizar a educação e o atendimento à comunidade interna e externa.

9. INFRAESTRUTURA FÍSICA E ACADÊMICA

Toda infraestrutura da Faculdade SENAI CETIQT, compreendendo suas áreas acadêmicas e administrativas - salas de aula, sala dos professores, laboratórios, auditórios e bibliotecas - está incorporada em áreas próprias que abrangem as unidades Riachuelo e Barra da Tijuca, além de áreas de uso comum como: estacionamento, cantina, refeitório e complexo esportivo, na Unidade Riachuelo. É disponibilizada rede wi-fi em todo o ambiente da Faculdade permitindo ao aluno uso de seus equipamentos próprios e atividades em qualquer local da instituição.

A faculdade SENAI CETIQT disponibiliza espaços apropriados para o desenvolvimento das atividades docentes que se propõe, conforme a estruturação curricular apresentada anteriormente. Trata-se do princípio da contextualização, que preconiza que esse conhecimento favoreça a configuração de competências necessárias à resolução de problemas em contextos específicos. Nessa direção, apresenta-se os seguintes Laboratórios Didáticos Especializados.

9.1 Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA)

O curso de Pós-Graduação EaD em Design de Produtos de Moda é ofertado através de uma plataforma LMS (*Learning Management System*, em português, “Sistema de Gerenciamento de Aprendizagem”), ou seja, é um AVA (Ambiente Virtual de Aprendizagem), que dispõe dos seguintes recursos:

- Atividades em formatos diversos: tarefa, questionário e fórum;
- Personalização do perfil do aluno;
- Envio de mensagens particulares aos professores ou demais alunos;
- Acesso direto ao suporte técnico;
- Disponibilização de tutoriais de utilização da plataforma;
- Disponibilização de um modelo de atividades;
- Cronograma geral do curso;
- Cronograma individual de cada disciplina;
- Canal Dúvidas Etc;
- Café virtual;
- Quadro de notas;
- Fórum de dúvidas por atividade;
- Canal Últimas Notícias;

Todos esses recursos são ofertados para proporcionar ao aluno um ambiente de ensino à distância adequado e intuitivo, otimizando o seu aprendizado.

Com o avanço das tecnologias da informação e comunicação é fundamental uma equipe multidisciplinar para que estejam atentas às novas atualizações de ferramentas e sistemas, além de garantir a usabilidade dos sistemas atuais, garantindo assim a comunicação e interação entre os envolvidos no processo. Assim, o AVA é gerenciado por uma coordenação própria, a Coordenação de Ensino à Distância (CEaD), a qual compete o conjunto de responsabilidades a seguir:

- Manutenção do ambiente virtual de aprendizagem – AVA;
- Desenvolvimento de instrumentos de “animação e ilustração” de aulas online;
- Oferecimento de suporte tecnológico no que diz respeito aos programas e rotinas;
- Manutenção do e-learning;

- Suporte da biblioteca virtual;
- Controle das necessidades de aquisição de softwares educacionais para uso em atividades didático-pedagógicas na EaD;

A tutoria das disciplinas é realizada pelo próprio docente da unidade curricular EaD, que recebe treinamento da CEaD não apenas para o uso da plataforma de ensino e aprendizagem, como também nos processos de mediação pedagógica para a EaD.

9.2 Laboratórios de Informática

Os laboratórios da Faculdade SENAI CETIQT compreendem salas equipadas com máquinas, acessórios e mobiliários adequados para a realização de aulas teóricas e práticas ofertadas aos discentes. Os laboratórios funcionam, diariamente, durante períodos compatíveis com os trabalhos escolares e o plano de atividades do curso, sendo os serviços prestados supervisionados pelo docente. Normalmente são caracterizados conforme linhas de estudos e serviços.

| Local | Infraestrutura e Recursos | Quantidade |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Sala 305 | Equipamento multimídia (Computador, CPU, Caixa de Som e Retroprojeter) | 01 |
| | Cadeira e mesa de uso do professor | 01 |
| | Cadeiras de uso dos alunos | 30 |
| | Mesas de uso dos alunos | 30 |
| | Computadores com os softwares: Microsoft Office, Corel Draw, Adobe Photoshop, Audaces (Idea e Vestuário), Lectra (Diamino, Kaledo e Modaris), Bizagi, Aris Express | 30 |
| Sala 307 | Equipamento multimídia (Computador, CPU, Caixa de Som e Retroprojeter) | 01 |
| | Cadeira e mesa de uso do professor | 01 |
| | Cadeiras de uso dos alunos | 30 |
| | Mesas de uso dos alunos | 30 |
| | Computadores com os softwares: Microsoft Office, Corel Draw | 30 |
| Sala 308 | Equipamento multimídia (Computador, CPU, Caixa de Som e Retroprojeter) | 01 |
| | Cadeira e mesa de uso do professor | 01 |
| | Cadeiras de uso dos alunos | 30 |
| | Mesas de uso dos alunos | 30 |
| | Computadores com os softwares: Microsoft Office, Corel Draw, Adobe Photoshop, Mathlab, Audaces Demo, Lectra (Diamino, Kaledo e Modaris), Solidworks, Microsoft Visio, Access, Aris Express, Gerber, SciDaVis, Tracker | 30 |
| Sala 310 | Equipamento multimídia (Computador, CPU, Caixa de Som e Retroprojeter) | 01 |
| | Cadeira e mesa de uso do professor | 01 |
| | Cadeiras de uso dos alunos | 30 |

| | | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | Mesas de uso dos alunos | 30 |
| | Computadores com os softwares: Microsoft Office, Corel Draw, Adobe Creative Suite (Photoshop, Illustrator, InDesign), Audaces (Idea e Vestuário), Lectra (Diamino, Kaledo e Modaris), Gerber, Rhynoceros, Bongo, Penguin, Flamingo, Solidworks, Photoshop | 30 |
| Sala 313 | Equipamento multimídia (Computador, CPU, Caixa de Som e Retroprojeter) | 01 |
| | Cadeira e mesa de uso do professor | 01 |
| | Cadeiras de uso dos alunos | 30 |
| | Mesas de uso dos alunos | 30 |
| | Computadores com os softwares: Microsoft Office, Corel Draw, Adobe Photoshop, Matlab, Lectra (Diamino, Kaledo e Modaris). | 30 |

9.3 Laboratório de Modelagem Plana

O SENAI CETIQT possui um laboratório específico para o desenvolvimento de modelagem plana, mobiliado com mesas amplas e cadeiras altas que permitem ao aluno maior conforto ergonômico para construção de moldes. O espaço possui 77,60 m².

| Infraestrutura e Recursos | Quantidade |
|------------------------------------------------------------------------|------------|
| Equipamento multimídia (Computador, CPU, Caixa de Som e Retroprojeter) | 01 |
| Quadro branco | 01 |
| Cadeira e mesa de uso do professor | 01 |
| Cadeiras de uso dos alunos | 30 |
| Mesas de uso dos alunos | 30 |

9.4 Laboratório de Draping

Além do Laboratório de Modelagem Plana, o SENAI CETIQT também dispõe de um Laboratório de Draping, no qual o aluno pode utilizar manequins de modelos e tamanhos diversos para desenvolver modelagens tridimensionais. O mobiliário do laboratório também é específico para o desenvolvimento desta atividade. O espaço possui 77,60 m².

| Infraestrutura e Recursos | Quantidade | |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Equipamento multimídia (Computador, CPU, Caixa de Som e Retroprojeter) | 01 | |
| Quadro branco | 01 | |
| Cadeira e mesa de uso do professor | 01 | |
| Cadeiras de uso dos alunos | 30 | |
| Mesas de uso dos alunos | 30 | |
| Manequins de moulage | Feminino: saia ou meia perna (tamanho do 36 ao 50) Masculino: meia perna (tamanho 42) Infantil: meia perna (tamanho de 6 meses a 10 anos) | 126 |

9.5 Planta Piloto de Confeção

A Planta Piloto de Confeção é um espaço destinado à finalização dos produtos de moda, ou seja, de realização de acabamentos e costuras. O espaço possui 950 m², estando dividido em 05 salas de maquinário, uma sala de corte e uma sala de bordado.

| Local | Infraestrutura e Recursos | Quantidade |
|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|------------|
| Sala 01 Sala de Uniformes – Tecidos Pesados | Máquina duas agulhas | 03 |
| | Máquina reta | 01 |
| | Máquina de cós | 02 |
| | Overloque 05 fios | 03 |
| | Overloque 03 fios | 01 |
| | Máquina de passante | 01 |
| | Máquina de braço | 01 |
| | Unidade automática petilho | 01 |
| | Unidade automática bolso | 01 |
| | Unidade automática bainha | 01 |
| | Unidade automática cós | 01 |
| | Unidade automática passante | 01 |
| | Passadora de camisa | 01 |
| | Passadora de calça | 01 |
| | Máquina de colocar botão (pressão) | 01 |
| | Máquina reta para tecidos pesados | 01 |
| | Máquina travete | 01 |
| | Máquina botoneira | 01 |
| | Máquina casadeira | 01 |
| Máquina de fita | 03 | |
| Prensa térmica | 01 | |
| Sala 02 Sala de malhas | Máquina reta | 01 |
| | Máquina 02 agulhas | 02 |
| | Overloque 03 fios | 08 |
| | Overloque 04 fios | 06 |
| | Máquina travete | 01 |
| | Máquina de colocar botão (pressão) | 01 |
| | Máquina colarete tipo Zeromax | 02 |
| | Máquina colarete para viés | 04 |
| | Máquina colarete para bainha | 02 |
| | Máquina zig zag | 02 |
| | Unidade automática petilho | 01 |
| | Máquina flat seamer | 01 |
| Sala 03 Costura reta | Máquina reta | 30 |
| | Máquina colarete | 01 |
| | Máquina overloque 5 fios | 01 |
| | Máquina overloque 3 fios | 02 |

| | | |
|---------------------------------|-----------------------------------------|----|
| | Máquina caseadeira | 01 |
| | Máquina Botoneira | 01 |
| | Passadora | 02 |
| Sala 04 Costura reta | Máquina reta | 10 |
| | Máquina duas agulhas com ponto corrente | 02 |
| | Máquina de braço | 01 |
| | Máquina caseadeira | 01 |
| | Máquina viés | 03 |
| | Máquina overloque 03 fios | 03 |
| | Máquina overloque 05 fios | 02 |
| | Passadora | 02 |
| Caldeira | 01 | |
| Sala 05 Costura reta | Máquina reta | 30 |
| | Máquina colarete | 01 |
| | Máquina overloque 03 fios | 02 |
| | Máquina overloque 05 fios | 01 |
| | Máquina botoneira | 01 |
| | Máquina caseadeira | 01 |
| | Passadora | 01 |
| Sala de corte | Mesa de corte | 01 |
| | Plotter | 01 |
| | Serra fita | 01 |
| Sala de bordado | Máquinas de bordar | 02 |

10. BIBLIOTECA

10.1 Estrutura da Biblioteca

A Biblioteca do SENAI CETIQT se destina, especialmente, ao corpo docente, discente e técnico-administrativo da Instituição, para as atividades de ensino, pesquisa e extensão. O local é aberto para uso do público externo unicamente para consulta e pesquisa.

O acervo é especializado nas áreas de atuação do SENAI CETIQT e é formado de acordo com a grade curricular dos cursos, serviços técnicos e tecnológicos e estudos e pesquisas. São adquiridos, também, outros materiais considerados pertinentes às aulas ministradas, palestras ou aperfeiçoamento dos discentes e colaboradores.

A biblioteca é dotada de sistema antifurto, incluindo a magnetização de todo o material. O acervo é de livre acesso e organizado nas estantes e arquivos, segundo suas características.

10.2 Conteúdo disponível

Através do endereço eletrônico <http://biblioteca.cetiqt.senai.br>, encontram-se disponíveis os serviços de: consulta ao acervo (por autor, título, assunto, etc.) e acessos ao Regulamento da Biblioteca, Biblioteca Virtual, Biblioteca Nacional, Portal Capes e Revistas CNEN.

A inscrição na Biblioteca é pré-requisito para que o usuário, vinculado ao SENAI CETIQT, tenha direito, principalmente, ao empréstimo domiciliar, dentre outros serviços oferecidos.

- Documentos: Apresentar número de matrícula e documento oficial de identidade com foto.
- As inscrições deverão ser renovadas semestralmente, com a apresentação do comprovante de matrícula.

10.3 Empréstimo e Acervo

O empréstimo de livros do acervo será concedido aos usuários internos, ficando vedado o empréstimo de revistas, jornais, apostilas, obras de referência, normas técnicas, teses, dissertações, trabalhos de conclusão de cursos, multimídia e obras raras definidas pela Biblioteca. Aos usuários externos é permitido somente consulta local ao acervo.

Cada usuário poderá retirar, no máximo, 5 (cinco) livros por vez, permanecendo com eles por até 7 dias corridos, sendo permitida renovação do empréstimo pela Internet até 2 vezes, através do Meu Pergamum no sistema da Biblioteca ou no setor de atendimento da Biblioteca, desde que não haja reserva feita por outro usuário. Os alunos matriculados em cursos de extensão com duração acima de 30 (trinta) dias poderão retirar 3 (três) livros por vez, com prazo de empréstimo de 7 (sete) dias corridos.

Caso haja a necessidade do uso diário de publicações nas salas de aula, os professores deverão se responsabilizar pela utilização, manuseio e prazo de devolução. As unidades, através dos professores e funcionários, poderão fazer uso do Empréstimo Permanente (EP), quando a biblioteca dispuser de mais de 3 exemplares ou tratar-se de obras especiais necessárias ao trabalho nas unidades. Nesses casos a obra terá um empréstimo até o primeiro dia do semestre seguinte, quando deverá ser devolvido e/ou tiver o empréstimo renovado.

- a) EMPRÉSTIMO ESPECIAL - Material retirado como empréstimo especial deve ser devolvido no mesmo dia, com prazo de devolução de até 4(quatro) horas. Notebooks, chaves para armários e casos especiais para professores.
- b) EMPRÉSTIMO ENTRE UNIDADES (BARRA/RIACHUELO) - Para efetuar a solicitação, é necessário dirigir-se ao setor de atendimento da Biblioteca.

10.4 Biblioteca Virtual

Além da biblioteca física, a biblioteca também disponibiliza para os alunos SENAI CETIQT, acesso à BIBLIOTECA VIRTUAL DA PEARSON, que consiste em uma base de livros eletrônicos da editora Pearson e editoras parceiras, visando complementar o acervo físico da Biblioteca. Dessa forma, o aluno tem acesso a um acervo digital com milhares de títulos em mais de 40 áreas de conhecimento, como administração, marketing, engenharia, economia, direito, letras, computação, educação e outras. Além da leitura digital dos livros, a plataforma oferece aos usuários um conjunto de funcionalidades que enriquecem a experiência de leitura.

Alguns exemplos: Acesso em tablets e celular; Seleção de livros favoritos; Anotações eletrônicas nas páginas; Compartilhamento de conteúdo (Facebook, Twitter, LinkedIn e por E-mail); Impressão de páginas e descontos especiais para compra da versão impressa dos livros. Disponibilidade de acesso 24 horas, 7 dias por semana.

11. CERTIFICADO

Para aprovação no curso, o discente deve obter média 7,0 em todas as disciplinas, inclusive no Projeto de Conclusão de Curso (PCC). A frequência é registrada através da realização das atividades no ambiente virtual de aprendizagem (AVA).



*Iniciativa da CNI - Confederação
Nacional da Indústria*

SENAI CETIQT

UNIDADE RIACHUELO Rua Magalhães Castro, 174 - Riachuelo | CEP 20961 020 - Rio de Janeiro - RJ | Tel. (55 21) 2582 1001

UNIDADE BARRA DA TIJUCA Centro Empresarial Mario Henrique Simonsen | Av. das Américas 3.434, blocos 2 e 5 - Térreo
Barra da Tijuca | CEP 22640 102 - Rio de Janeiro - RJ | Tel. (55 21) 3431 3650

CENTRAL DE ATENDIMENTO Tel. (55 21) 2582 1001 | atendimento@cetiqt.senai.br | www.cetiqt.senai.br