

IDENTIFICAÇÃO			
Curso	Técnico em Moda e Estilismo	Semestre	2009/1
Unidade Curricular	DIVULGAÇÃO		
Período letivo	3º módulo	Carga Horária:	20h
Professora	Fabiana Besen	e-mail:	besen@cefestsc.edu.br
Competências			
Conhecer o processo da comunicação Conhecer materiais de divulgação Saber selecionar elementos de divulgação para fins publicitários			
Habilidades			
Desenvolver um plano de comunicação com as decisões sobre os materiais de divulgação de um produto			
Bibliografia (títulos, periódicos, etc.)			
Apostila SENAI. Projeto de produto – Mike Baxter – Ed. Edgard Blücher Ltda. LURIE, Alison. A Linguagem das Roupas . Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1992. BOCCEGA, Maria Aparecida. Comunicação e Cultura : um novo profissional. São Paulo: USP – Escola de Comunicação e Artes, 1993. CHURCHILL, G. A.; PETER, P. Marketing : criando valor para os clientes. São Paulo: Saraiva, 2000. DEMETRESCO, S. Vitrinas entre_vistas : merchandising visual. São Paulo: Senac, 2004. LAVER, James. A Roupa e a Moda . São Paulo: Cia. das Letras, 2002.			

Bases Tecnológicas				
Conteúdo	Conhecimentos, Habilidades e Competências	Estratégias Didáticas	Avaliação	CH
Processo de comunicação	Compreender todo o processo de comunicação para aplicar na relação mercado-empresa	AED;TG;EDI; DIN	Participação em sala A1	5
Propagandas	Conhecer e entender o papel da propaganda e seus tipos para comunicação da empresa com o mercado e divulgação de seus produtos	AED; TG; PES, SEM	Participação em sala A2	4
Promoção de vendas	Conhecer e entender a importância da promoção de vendas para comunicação da empresa com o mercado e divulgação de seus produtos	AED; EDI; PES	Participação em sala A3	2
Vendas pessoais	Conhecer e entender a importância da vendas pessoais para comunicação da empresa com o mercado e divulgação de seus produtos	AED; TG; PES; SEM	Participação em sala A3	3
Publicidade	Conhecer e entender a importância da publicidade para comunicação da empresa com o mercado e divulgação de seus produtos	AED; EDI; PES;	Participação em sala A3	3
Vitrinas	Conhecer e entender a importância das vitrinas para comunicação da empresa com o mercado e divulgação de seus produtos	AED, TG, SEM	Participação em sala A3	3
TOTAL				20

OBSERVAÇÕES

Os conteúdos serão avaliados conforme mostra o quadro acima, nas formas de teste, trabalhos individuais e coletivos realizado ao seu final e participação em sala de aula. Caso o aluno obtiver conceito I (Insuficiente), poderá recuperar os estudos acompanhado pelo professor e ser reavaliado através de atividades de estudo.

R1: Atividade para recuperação dos conteúdos avaliados em A1;

R2: Atividade para recuperação dos conteúdos avaliados em A2, A3.

Legenda das Estratégias Didáticas: (AE) Aula Expositiva; (AED) Aula Expositiva Dialogada; (EXE) Aula de Exercícios; (EDI) Estudo Dirigido; (DIS) Discussão em Grupo; (DIN) Dinâmica em grupo; (TI) Trabalho Individual; (TG) Trabalho em Grupo; (LAB) Aula em Laboratório; (PES) Pesquisa; (SEM) Seminário; (VIS) Visita Técnica.

**Este plano estará sujeito a modificações ao longo do semestre.