

Os programas de Pós-Graduação oferecidos pela Faculdade de Tecnologia do Instituto Europeo di Design estão em conformidade legal e atendem as Resoluções CNE/CES nº 1, de 3 de abril de 2001 e nº 1, de 8 de junho de 2007 do MEC - Ministério da Educação. O curso está estruturado em disciplinas (360h) e ao final do programa, o aluno deverá apresentar um trabalho de conclusão, projeto ou monografia, conforme a modalidade eleita para aquela turma (40h), totalizando 400h.

### ■ METODOLOGIA

O curso é dividido em três fases:

- Fase I - Núcleo Interdisciplinar de Fundamentação
- Fase II - Especialidades e Técnicas para Designer de Calçados e Bolsas
- Fase III - Projeto, Concepção e Design de Coleção de Calçados e Bolsas

### ■ OBJETIVO

O objetivo do curso é formar profissionais aptos a atuar em todas as áreas do mercado de calçados e bolsas, desde a concepção e design dos produtos, desenvolvimento das peças, idealização da marca, visualização estratégica e de mercado, utilização do marketing, comercialização em todas as escalas até a ponta final no varejo. A estrutura do curso se baseia em um relacionamento harmônico entre teoria e prática, que permite aos participantes, por meio de exercícios e simulações, desenvolver competências prático-operativas.

O curso oferece uma visão abrangente dos negócios existentes na indústria e das oportunidades de exportação dos produtos produzidos no Brasil, incitando o aluno a criar novas situações de colocação do produto brasileiro no mercado internacional.

### ■ PÚBLICO

Este Programa foi desenvolvido para profissionais do setor de moda, calçados e bolsas que buscam uma especialização projetual focada nas principais demandas deste mercado. A crescente presença dos produtos “Made in Brazil” no mercado fashion internacional tem provocado o interesse dos profissionais da área em busca da aquisição de conhecimento especializado.

### ■ COORDENAÇÃO

**Meline Moumdjian**

Iniciou sua profissão incentivada pela família, que atua no ramo há duas gerações.

Meline é técnica em calçados femininos, desenha e projeta os produtos para suas marcas “les Gazelles” e “Meline Moumdjian”. Também é designer titular da “Sapatada” empresa de design, produto e consultoria, onde desenvolve projetos para diversas empresas do mercado fabril e também varejista, concebendo novos conceitos, posicionando e criando marcas. Participa de feiras nacionais e internacionais e exporta seus produtos para vários países. Na área acadêmica, é professora e coordenadora do curso de pós graduação Master Calçados e Bolsas, no IED. Com 25 anos de experiência em projetos diversificados e de diferentes escalas, seu percurso como sapatóloga passa por toda a cadeia fabril desde desenho e concepção da fôrma para o calçado, desenho e elaboração dos solados, projeto de sistemas de amortecimento, desenho e concepção de modelos. Atua ainda na área de consultoria projetando e desenvolvendo novas marcas e também reposicionando projetos já existentes.

**FASE I - Núcleo Interdisciplinar de Fundamentação <sup>1</sup>****Marketing estratégico aplicado a moda (36h)**

A disciplina tem por objetivo a introdução aos principais conceitos de Marketing: análise de mercado, segmentação de público-alvo e desenvolvimento de um conceito de negócio; estudo e análise das diferentes metodologias para plano de marketing de moda, da introdução aos canais de distribuição a como estruturar uma estratégia de preço.

**Análise e pesquisa de mercado; tendências e comportamento do consumidor (36h)**

A hipercompetição leva as empresas a construir um sólido sistema de pesquisa e gestão de informação. Os executivos da moda devem desenvolver um plano de marketing necessitam de um background teórico e técnico sobre o uso da pesquisa no marketing: as decisões estratégicas de marketing mencionadas no plano, assim como a individualização do mercado potencial e definição do marketing mix, leitura e interpretação dos movimentos socioculturais devem ser suportadas e orientadas pelos resultados da pesquisa de marketing.

**Brand Management (36h)**

No marketing moderno, a marca passa a ser percebida como a síntese dos atributos tangíveis (aspectos materiais/físicos) e dos atributos intangíveis (aspectos sensoriais). Com isso, produtos, ideias e demais instituições. O objetivo do módulo será entender os tópicos envolvidos na criação, lançamento, desenvolvimento e gerenciamento de uma marca e um portfólio de marcas, independentemente da indústria de atuação.

**Finanças e pricing (36h)**

Permanecer e vencer o mercado não são somente uma questão de criatividade. O erro na definição do preço o no próprio modelo de negócios pode ser fatal. Por meio do estudo da construção de preço com foco no competidor, custo e consumidor, passando por conceitos de mark up pricing, break even e target return price, o aluno terá uma noção de como se tornar competitivo sem perder valor. Não ultimo, para assumir um modelo de negócios sustentável e rentável, serão tratados temas de canais de crédito, juros e taxas de juros, regime de capitalização simples e composto, entre outros temas.

**FASE II - Especialidades e Técnicas para Designer de Calçados e Bolsas****Fundamentação Avançada do Design (36h)**

- História e Tipologia I e II

Esta disciplina trata do estudo sobre as tipologias dos calçados e bolsas, o histórico do design dos produtos no século XX, de onde surgiram os modelos, os nomes e quem foram seus criadores.

- Ambiente de Negócios

Nesta disciplina serão apresentados dados econômicos e financeiros do mercado global, os impactos no mercado de calçados e bolsas. Serão analisadas as perspectivas econômicas, o mercado brasileiro e a sua posição no ranking mundial como exportador, os desafios do mercado mundial, as feiras internacionais e nacionais, as agências e os órgãos reguladores.

- Ambiente de Negócios

Nesta disciplina serão apresentados dados econômicos e financeiros do mercado global, os impactos no mercado de calçados e bolsas. Serão analisadas as perspectivas econômicas, o mercado brasileiro e a sua posição no ranking mundial como exportador, os desafios do mercado mundial, as feiras internacionais e nacionais, as agências e os órgãos reguladores.

**Técnicas de Representação e Criação I (36h)**

- Desenho I

Desenvolver a percepção da forma; a criatividade; a proporção; o traço; a percepção geométrica e a habilidade de representação manual de um objeto/produto através das técnicas de representação gráfica com linguagem própria do design.

- Desenho II

Aplicação da criatividade e inspiração no desenho dos produtos focalizando exercícios de imaginação e a análise da viabilidade técnica dos produtos. A disciplina também permitirá a compreensão dos processos de desenho e ilustração.

**Desenvolvimento Projetual I (36h)**

- Tendências de Moda e Estilo

Nesta disciplina, o designer conhecerá as diversas fontes de pesquisa de tendências e suas aplicações no cenário através da percepção dos padrões de comportamento do consumidor e marcas.

- Desenvolvimento de Produto

A disciplina apresenta os diversos componentes utilizados na fabricação de calçados e bolsas, tais como o couro, suas características e aplicações. A disciplina proporciona ferramentas para avaliação dos diversos componentes dos produtos e as viabilidades fabris, e ainda, aborda questões da ergonomia e antropometria, tais como a análise dos mecanismos do pé humano, o conceito de conforto e as questões ligadas às responsabilidades dos fabricantes e consumidores nas suas escolhas.

**<sup>1</sup> FASE I**

O Núcleo Interdisciplinar de Fundamentação é formado por disciplinas interdisciplinares de tronco comum com os programas de pós-graduação em Fashion Marketing and Communication e Gestão de Negócios de Joias.

### FASE III - Projeto, Concepção e Design de Coleção de Calçados e Bolsas

#### Desenvolvimento Projetual II (36h)

- A Cor

Nesta disciplina oferecemos ao participante a compreensão da importância da cor nos projetos de moda, as suas aplicações e as questões perceptivas tais como as emoções intensas e o sentimento do consumidor na sua relação de identificação ao produto.

- Processo de Fabricação e Construção

Esta disciplina apresenta as técnicas de fabricação e construção dos calçados femininos, masculinos e infantis e suas variáveis. O conteúdo trata da aplicação dos componentes no processo de fabricação dos calçados e bolsas. Apresenta as diversas etapas do processo fabril, e ainda detalha os processos terceirizados e pré-fabricados dentro da cadeia e construir uma maquete de bolsa, interagindo desta forma com todas as etapas do processo: desde a concepção até o produto pronto.

#### Técnicas de Representação e Criação II (36h)

- Ilustração Digital

Nesta disciplina o aluno recebe orientação e acompanhamento durante o processo de concepção dos desenhos, ilustração e tratamento dos desenhos no Photoshop®.

- Montagem de Portfolio

A disciplina desenvolve conteúdos de compreensão do sistema gráfico e detalha as diversas técnicas de montagem de portfolio. Para a apresentação de projetos de coleção, são oferecidos diversos métodos para compor o equilíbrio visual e estético e ainda, com propostas singulares para a elaboração de lâminas valorizando os temas e estilos adotados na concepção da coleção.

#### Projeto de Coleção (36h)

- Processo de Criação

Por meio de técnicas e exercícios práticos, os alunos participam de dinâmicas de criatividade para a concepção de novos produtos. Os exercícios buscam a inovação, onde o aluno deve conceber novos projetos, sem perder de vista a fundamentação básica e funcional do produto.

- Desenvolvimento de Coleção

A disciplina tem como objetivo apresentar as técnicas para formatação do projeto de coleção onde são valorizadas a postura criativa e também a engenharia estrutural e técnica em que se baseia um projeto de coleção de calçados e/ou bolsas

- Workshop

O exercício possibilita o entendimento de todos os caminhos oferecidos pelas disciplinas ministradas. O objetivo do workshop é permitir que o aluno elabore a sua coleção de calçados e bolsas focalizando o público alvo desejado.

### TCC

Orientação de Projeto Final:

Trabalho de Conclusão de Curso

O Projeto Final é etapa necessária e obrigatória para receber a certificação de conclusão do curso. Ao longo do percurso formativo, o aluno escolherá o tema do seu projeto final e durante o módulo específico, será orientado por professores.

**■ DOCENTES**

Nossos docentes são designers reconhecidos na área, profissionais e diretores de empresas leader e de agências com importância internacional, convivem diariamente com a realidade empresarial e produtiva. Essa contribuição permite que as rápidas transformações dos contextos produtivos encontrem resposta imediata no conteúdo dos cursos.

**■ PARCERIAS**

No Istituto Europeo di Design, o aluno entrará em contato com empresas durante todo o curso. Deste modo, compreenderá processos e desafios do trabalho criativo aplicado à produção de bens de consumo para o mercado. No IED o projeto pedagógico contempla momentos de vivência profissional simultaneamente ao processo formativo, isso porque o IED mantém parcerias com empresas públicas e privadas, estúdios de design, agências governamentais e ONGs. Os projetos integrados com empresas proporcionam desafios diferenciados.

As empresas participam na direção, coordenação e supervisão dos projetos nos quais estão envolvidas. Estas colaborações são concretizadas por meio de workshops, projetos e palestras que enriquecem os alunos com a experiência e com grande chance de ver o seu próprio projeto comercializado; ao mesmo tempo, as empresas se beneficiam dos resultados obtidos com uma linguagem inovadora e criativa.

| A CASA DO ARTISTA | ABEST | ABRE | ABIT | ALBERFLEX | ALITALIA  
| BIBLIOTECA MARIO DE ANDRADE | BRASTEMP | BOX 1824 | CANAL | CASA  
COR | CENTRO CULTURAL SÃO PAULO | CCSP | CHILLI BEANS | CNC FLEX  
| COLUNNA | DECA | DIESEL | DIVINA | DOC DOG | ECKO | FIORENTINO  
PRODUÇÕES E EVENTOS | FAZENDO ONDA | FIRST | FOCH | FOLHA DE  
SÃO PAULO | GANADERIA | IBGM | IDEA ZARVOS | IESB | ISTITUTO CRIAR  
| ISTITUTO INOVA | INTERFACE | ISTITUTO ITALIANO DI CULTURA | IKKO  
ISHP | I-STICK | LE POSTICHE | MABE | MANGELS | MASISA | MAX HAUS  
| MICASA | MIOLO | MUSEU DA IMAGEM E DO SOM | MUSEU DA LINGUA POR-  
TUGUESA | NEUMANN | OFICIO MODA | OSRAM | OVO DESIGN | PHILIPS  
PROJETO CIDADE ESCOLA APRENDIZ | Q&E | REEBOK | RIVA | SAMSUNG  
SCMC | SEBRAE | SEDEC - ESTADO DE ALAGOAS | SENAC | SOLVAY | SP TURIS  
| SWAROVSKI | TOK&STOCK | TURMA DO BEM | VAZ | WGSN | WHIRPOLL  
| WISE UP | YOOX | ZUPI

**PROFESSORES E PALESTRANTES  
CONVIDADOS**

André Marcolino  
Cristiane Von Atzingen Gurgel  
Cristine Coli  
Janiene Santos  
Marcelo Farias  
Marcio Alek  
Mario Hag  
Sergio Lage Carvalho  
Vicente Carvalho