

■ METODOLOGIA DIDÁTICA

A Estrutura Didática do curso se baseia em um relacionamento harmônico entre teoria e prática que permite aos participantes, através de exercícios e simulações, desenvolver competências prático-operativas. O curso oferece abrangente conhecimento 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.

- Análise das situações estabelecidas no mercado
- Identificação de oportunidade para oferecer conteúdo de negócios e marketing no setor de acessórios de moda
- Apresentação dos recursos técnicos e práticos para a concepção e desenvolvimento dos produtos
- Equilíbrio entre conteúdo teórico e prático
- Ilustrar os temas ministrados com exemplos atuais presente no varejo, veículos de comunicação e estilos de vida contemporâneos

■ 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.

■ 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.

Técnica em calçados femininos, desenha e projeta seus produtos.

Em seu currículo consta o curso de especialização em desenho com o francês Pierre Hardy. Criou as marcas de calçados e bolsas “Les Gazelles” e “Meline Moumdjian”. Tem participação como designer e consultora em outras empresas calçadistas do mercado. Participa de feiras brasileiras e internacionais e exporta suas criações para vários países. Participa da SPFW desenvolvendo os calçados do Ronaldo Fraga.

- **Ambiente de negócios**

Dados de mercado Global, perspectivas econômicas, principais participantes, impactos da globalização, posição do rank mundial, desafios no mundo, agências e órgãos reguladores.

- **História e tipologia**

Estudo sobre as tipologias dos calçados e bolsas, o histórico de suas origens. Onde surgiram os nomes e quem foram seus criadores.

- **Técnicas de comunicação visual I Representação calçados e bolsas**

Como estruturar e definir em longo prazo a comunicação Desenvolvimento da capacidade de representação gráfica através do desenho a mão livre com exploração das técnicas de ilustração. Desenho de observação. Desenho no gabarito. Bolsas; desenvolvimento do desenho a mão livre com exploração das técnicas de ilustração.

- **Desenvolvimento de produto I**

Apresentação e estudo da fôrma dos calçados, base de todo o produto.

- **Branding e identidade de produto Estratégia de marketing**

Compreender o processo de construção de identidade no plano estratégico das empresas. Gerenciar relacionamentos (físico e emocional) entre os clientes e empresa, criando valores (tangíveis e intangíveis) durante as experiências vivenciadas entre marca e os clientes.

- **Micro e macro tendências de comportamento do consumidor**

Leitura e interpretação dos movimentos sócio-culturais: entendimento da relação entre surgimento das micro tendências e seu impacto na formação das macro tendências de comportamento; Entendimento e interpretação da moda neste contexto; Metodologias de pesquisa com o consumidor; Segmentação/ mapeamento de consumidores.

- **Biomecânica e conforto**

Análise e estudo do mecanismo do pé humano, com foco no conforto. Debate das responsabilidades do fabricante e do consumidor com suas escolhas.

- **Processos de Fabricação e Construção I**

Apresentação das técnicas de fabricação e construção dos calçados femininos e masculinos. Suas variantes e resultados diferenciados. A aplicação dos componentes na montagem do produto. As diversas etapas do processo de fabricação. Os terceirizados e os pré-fabricados fornecidos.

- **Técnicas de comunicação visual II Representação dos calçados e bolsas**

Aplicação da criatividade e inspiração no desenho dos produtos com foco no exercício da imaginação e o debate das viabilidades técnicas do produto.

- **Desenvolvimento de produto II**

Apresentação dos diversos tipos de couros, suas características particulares, suas aplicações. Visita ao curtume para visualização das possibilidades de desenvolvimentos. Estudo e avaliação da aplicação dos couros nos produtos planejados.

- **Tendências de moda e estilo I**

Estudo das tendências de moda e suas origens. As diversas fontes de pesquisas para o designer de calçados e bolsas.

- **Ambiente de negócios II**

Avaliar os produtos e compreender os processos de distribuição no mercado interno. Analisar a melhor aplicação comercial dentro dos sistemas implantados, showrooms de distribuição, representantes comerciais e feiras especializadas. Montagem de custos da industria. Finanças para varejo.

- **Técnicas de comunicação visual III Representação dos calçados e bolsas**

Compreensão do tratamento dos sketches através do photoshop. Desenvolvimento de estampas. A arte da composição de cores. Montagem de portfólio para apresentação de projetos de coleções. Montagem de ficha técnica. Montagem de cartelas de cores e materiais.

- **Tendências de moda e estilo II**

Coolhunting - Entendimento das necessidades do consumidor através de novos processos de pesquisa.

■ 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 propõem 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
 | COLUMNNA | 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

WORKSHOP 1

Projetual, Contexto e Identidade

Tema: Desenvolver uma marca de calçados e/ou bolsas com foco, público alvo e produto. Compreender o contexto e formatação da identidade.

Objetivo: Exercitar e discutir os elementos necessários para a implantação de um novo projeto no mercado.

WORKSHOP 2

Projetual, Contexto e Identidade

Tema: Desenvolver uma coleção de calçados e bolsas, feminina ou masculina
 Objetivo: Exercitar a pesquisa, definição de tema, materiais, cores, construções e desenho de produto.

WORKSHOP 3

Projeto de coleção , calçados e Bolsas

Objetivo: Desenvolvimento de revista com enfoque no universo da moda, arquitetura e das artes, inovando desde a escolha do material, os processos, até os elementos comunicados

ORIENTAÇÃO DE PROJETO FINAL

Tema: Desenvolver uma coleção de calçados e bolsas com fonte de inspiração definida. Foco e público alvo.

Objetivo: Estudar e planejar as construções, desenvolver materiais, montar a cartela de cores e suas aplicações. Desenhar toda a coleção com definição de texturas e cores.

Montar a apresentação do projeto.