

Mestrado Próprio

Estilismo de Moda





Mestrado Próprio Estilismo de Moda

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Acesso ao site: www.techtitute.com/br/design/mestrado-proprio/mestrado-proprio-estilismo-moda

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Estrutura e conteúdo

pág. 18

05

Metodologia

pág. 32

06

Certificado

pág. 40

01

Apresentação

A moda não poderá ser compreendida sem o estilismo. Na realidade, é o estilismo que proporcionará formas à moda, harmonizando todo o conjunto estético do vestuário. Por isso, é recomendável contar com uma qualificação específica nesta área, visando obter sucesso nesta disciplina artística. O objetivo deste programa é proporcionar ao aluno todos os conhecimentos necessários em estilismo, imagem e comunicação para a criação de designs atrativos para o público e, ao mesmo tempo, conseguir difundir-los adequadamente. Desta forma, será possível alcançar um grande prestígio no mundo internacional da moda.





“

Especialize-se em Estilismo de Moda e transmita suas ideias ao público de uma forma atrativa"

A moda e a imagem são aspectos inseparáveis que devem seguir a mesma linha a fim de atrair o público e conquistar sua fidelidade. Por isso, os profissionais do Design de Moda devem ser capazes de criar estilos inovadores e atrativos para o público, além de comunicar, através de seus designs, suas próprias ideias e inspirações. É um processo complexo que requer ampla experiência, mas que é fundamental para alcançar o sucesso.

Neste sentido, os designs de moda não devem ser apenas peças avulsas, e sim ser consideradas como um estilismo global capaz de atrair o público e *influencers* que atuam como promotores de marca, apresentando modelos que estão ao alcance de todos através de redes sociais no século XXI. Com o objetivo de aumentar a qualificação do profissional desta área, este Mestrado Próprio em Estilismo de Moda proporcionará as informações mais relevantes sobre a história da arte contemporânea, vestuário, design de moda, fotografia, estilismo e marketing de moda, permitindo ao aluno adquirir em um único programa a capacitação necessária para desenvolver-se neste setor.

A TECH se propõe a alcançar a alta qualificação exigida aos estilistas, que buscam programas avançados para aprimorar sua capacitação e oferecer aos usuários roupas que se converterão em peças indispensáveis para seu guarda-roupas. A fim de atingir este objetivo, disponibilizamos um programa inovador adaptado às últimas novidades do setor, acompanhado de um conteúdo didático totalmente atualizado e desenvolvido por profissionais qualificados, dispostos a colocar todos os seus conhecimentos ao alcance de seus alunos. Vale ressaltar que, por ser um Mestrado Próprio 100% online, o aluno não estará limitado por horários fixos ou pela necessidade de se deslocar a um lugar físico, podendo acessar o conteúdo a qualquer hora do dia e conciliando sua vida profissional e pessoal com sua vida acadêmica.

Este **Mestrado Próprio em Estilismo de Moda** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em moda
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil fornece informações científicas e práticas sobre aquelas disciplinas indispensáveis para o exercício da profissão
- ◆ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ◆ Sua ênfase especial em metodologias inovadoras em estilismo, imagem e comunicação de moda
- ◆ Lições teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ◆ Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet



Alcance a excelência profissional em um setor tão competitivo como a indústria da moda, através deste programa da TECH"

“

O formato online deste Mestrado Próprio será essencial para que você possa conciliá-lo com suas atividades diárias"

A equipe de professores deste programa é formada por profissionais da indústria da moda, cuja experiência é somada nesta capacitação, além de reconhecidos especialistas de empresas conceituadas e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá aos profissionais aprender de uma forma situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um estudo imersivo programado para capacitar para situações reais.

O formato deste programa de estudos se concentra na aprendizagem baseada em problemas, através da qual os profissionais devem tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que lhes são apresentadas ao longo da capacitação. Para isso, o profissional contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo, desenvolvido por especialistas reconhecidos nesta área.

Este completo programa será fundamental para o seu crescimento profissional no mundo da moda.

Acesse uma infinidade de casos práticos e especialize-se em uma indústria vanguardista.



02

Objetivos

O Mestrado Próprio em Estilismo de Moda visa facilitar o desempenho do profissional na aquisição de conhecimentos das principais novidades nesta área, permitindo-lhe realizar seu trabalho diário com a mais alta qualidade e profissionalismo. Desta forma, o aluno estará melhor qualificado para desenvolver-se de forma bem-sucedida nesta indústria da moda em plena expansão, exigindo cada vez mais profissionais com qualificações avançadas e com facilidade de adaptação às mudanças apresentadas.





“

Adquira os conhecimentos mais específicos sobre Estilismo de Moda e conquiste o sucesso profissional”



Objetivos gerais

- ◆ Obter um conhecimento detalhado da história da moda, que será relevante para o trabalho dos profissionais que desejam se desenvolver neste setor na atualidade
- ◆ Conhecer a relação entre a história da arte e da moda
- ◆ Ser capaz de desenhar projetos de moda de sucesso
- ◆ Obter uma capacitação avançada em estilismo de moda, imagem e comunicação, permitindo que os profissionais se destaquem na área

“

Se você deseja ampliar sua qualificação nesta área, este é o programa ideal. A TECH dispõe de todos os recursos necessários para ajudá-lo neste processo”





Objetivos específicos

Módulo 1. Colorimetria

- ◆ Conhecer e compreender de forma teórica e prática o fenômeno das cores em seus diferentes âmbitos
- ◆ Conhecer as diferentes ferramentas e recursos atualizados para o uso da cor no design e administrar os diferentes meios de aplicação da cor tanto manualmente quanto digitalmente no processo de design
- ◆ Compreender a aplicação das cores aproveitando os recursos cromáticos e as dimensões de padrões internacionais para alcançar objetivos específicos em projetos de design
- ◆ Analisar e diferenciar as principais leis de percepção visual utilizando a nomenclatura e a linguagem da especialidade
- ◆ Compreender os esquemas básicos de arranjo composicional no design

Módulo 2. História da Arte Contemporânea

- ◆ Desenvolver a metodologia da História da Arte Contemporânea em termos de classificação e análise
- ◆ Conhecer a terminologia específica da História da Arte Contemporânea e utilizá-la adequadamente
- ◆ Analisar e compreender o significado histórico da arte contemporânea e seu impacto na sociedade
- ◆ Administrar recursos e fontes
- ◆ Compreender a história da arte como uma fonte de inspiração, criatividade e qualidade em produções de design

Módulo 3. Fotografia

- ◆ Ter noções básicas de câmeras fotográficas
- ◆ Conhecer o *software* de revelação e edição de fotografias
- ◆ Administrar e compreender o vocabulário e os conceitos básicos da linguagem visual e audiovisual
- ◆ Analisar de forma crítica as imagens de diferentes tipos
- ◆ Gerenciar recursos e fontes relacionadas com o tema

Módulo 4. História da Indumentária

- ◆ Identificar a linguagem e os recursos expressivos em relação ao conteúdo
- ◆ Selecionar os recursos de pesquisa e inovação para resolver as questões apresentadas dentro das funções, necessidades e materiais da indumentária
- ◆ Reunir estratégias metodológicas e estéticas que ajudem a apoiar e desenvolver processos criativos
- ◆ Diferenciar os processos psicológicos na evolução das peças na história da indumentária
- ◆ Associar a linguagem formal e simbólica à funcionalidade no campo da indumentária
- ◆ Demonstrar a interrelação entre os elementos do vestuário e os campos humanísticos
- ◆ Justificar as contradições entre o luxo indumentário e os valores éticos
- ◆ Refletir sobre o impacto da inovação e da qualidade na produção de moda, prêt-à-porter e moda de *Low Cost* sobre a qualidade de vida e o meio ambiente

Módulo 5. Teoria da Estética e da Arte

- ◆ Poder apresentar opiniões com precisão e rigor, utilizando terminologia e vocabulário específicos de cada disciplina
- ◆ Argumentar os fundamentos estéticos dos projetos de design
- ◆ Identificar as características formais e comunicativas das obras de design de moda
- ◆ Compreender a relação entre os movimentos artísticos e o design
- ◆ Analisar as obras de design aplicando critérios formais, comunicativos e simbólicos

Módulo 6. História da Moda

- ◆ Reunir estratégias metodológicas e estéticas que ajudem a apoiar e desenvolver processos criativos
- ◆ Associar a linguagem formal e simbólica à funcionalidade no campo da moda
- ◆ Justificar as contradições entre o luxo da moda e os valores éticos
- ◆ Refletir sobre o impacto da inovação e da qualidade na produção de moda, prêt-à-porter e moda de *Low Cost* sobre a qualidade de vida e o meio ambiente
- ◆ Conhecer e valorizar os usos e formas históricas em que a moda tem recorrido à construção de imaginários
- ◆ Realizar corretas leituras denotativas e conotativas de imagens de moda

Módulo 7. Estilismo

- ◆ Identificar e interpretar os diferentes perfis de consumidores para se adaptar às necessidades do cliente e satisfazê-los em diferentes tipos de projetos de estilismo
- ◆ Gestionar e organizar o trabalho profissional de um estilista de moda para o contexto editorial
- ◆ Pesquisar, analisar e reinterpretar novas tendências estéticas
- ◆ Gestionar e organizar o trabalho profissional de um estilista de moda para o contexto *e-commerce*
- ◆ Familiarizar-se com informações sobre o ambiente visual e criativo ao seu redor

Módulo 8. Marketing de Moda

- ◆ Compreender o conceito de Marketing
- ◆ Aprender a posicionar-se no mercado da moda e seu universo
- ◆ Compreender como estabelecer uma política de preços e produtos
- ◆ Conhecer os procedimentos de distribuição de produtos
- ◆ Comunicar ideias e projetos aos clientes, argumentar racionalmente, saber como avaliar propostas e canalizar o diálogo

Módulo 9. Revistas

- ◆ Conhecer as particularidades que definem a revista como um meio de jornalismo escrito, sua tipologia e a segmentação do seu mercado
- ◆ Produzir publicações periódicas tanto em papel quanto em formato digital
- ◆ Conhecer a tradição e os antecedentes históricos da tecnologia de comunicação escrita e do design jornalístico
- ◆ Analisar e identificar os diferentes componentes de uma revista
- ◆ Conhecer a revista, suas especificidades e o mercado editorial

Módulo 10. Canais de Comunicação na Moda

- ◆ Oferecer comunicação direta, pessoal e adequada, capaz de atender aos objetivos específicos de cada rede social
- ◆ Visão geral específica de cada um dos canais de comunicação digital na atualidade
- ◆ Entender como a influência é exercida através do canal de comunicação e as novas estratégias de poder que são exercidas a partir do ambiente digital
- ◆ Reproduzir um exercício de influência através de suas redes sociais
- ◆ Identificar a ascensão do canal audiovisual como um dos principais meios de comunicação entre a opinião pública

03

Competências

Este programa da TECH Universidade Tecnológica visa proporcionar a melhor capacitação da atualidade aos profissionais da moda. Ao aprovar as avaliações do Mestrado Próprio em Estilismo de Moda, o profissional terá adquirido as habilidades necessárias para realizar uma prática de qualidade e atualizada com a metodologia de ensino mais inovadora. Desta forma, o aluno estará capacitado para desenvolver e criar projetos inovadores e atrativos para o público na indústria da moda, um setor altamente competitivo e de grande demanda.





“

Uma capacitação vanguardista para os profissionais que buscam especializar-se em um setor altamente competitivo”



Competências gerais

- ◆ Criar designs atrativos que se converterão em um *elemento essencial* da temporada
- ◆ Aplicar os critérios históricos da indústria da moda aos designs atuais, tornando-os peças de vestuário indispensáveis em qualquer guarda-roupa
- ◆ Desenvolver comunicações efetivas sobre o mundo da moda

“

Adquira as habilidades necessárias para ter sucesso na indústria da moda”





Competências específicas

- ◆ Ter um conhecimento detalhado das cores e aplicar as mais adequadas aos designs
- ◆ Entender o impacto da arte contemporânea na moda
- ◆ Dominar de forma eficaz a área da fotografia
- ◆ Produzir designs de moda baseados no desenho de roupas e figurinos
- ◆ Conhecer a evolução da indumentária e seu processo de criação
- ◆ Dominar os movimentos artísticos relacionados com a moda
- ◆ Conhecer todas as fases do design de moda
- ◆ Aplicar critérios inovadores no design e criação de roupas
- ◆ Adaptar a criação de coleções de moda às necessidades do público
- ◆ Aplicar ferramentas de marketing ao setor da moda visando promover e divulgar a marca diante do público em geral

04

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste Mestrado Próprio abrange de forma estruturada todas as áreas do conhecimento que o profissional da moda necessita conhecer detalhadamente, incluindo as novidades e atualizações mais interessantes do setor. Um programa de alta qualidade que permitirá ao aluno trabalhar com grandes habilidades em uma indústria altamente competitiva. Por isso, o conteúdo foi elaborado por especialistas, que colocaram toda sua experiência em um plano de estudos que será indispensável no currículo do profissional do século XXI.



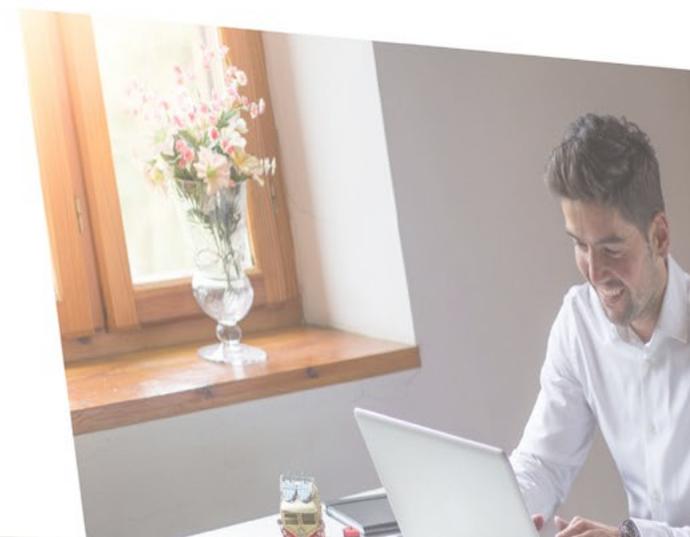
Apr
05

Office Outfit

465 comments

Today I want to show you a simply casual look to go office everyday...

[read more](#)





“

Um completíssimo programa elaborado para proporcionar uma jornada acadêmica eficaz dos conceitos mais atualizados em Estilismo de Moda”

Módulo 1. Colorimetria

1.1. Teoria da cor

- 1.1.1. Percepção da forma e do espaço
- 1.1.2. A cor. Definição
- 1.1.3. Percepção da cor
- 1.1.4. Propriedades ou dimensões das cores
- 1.1.5. Classificação das cores

1.2. Percepção da cor

- 1.2.1. O olho humano
- 1.2.2. Visão das cores
- 1.2.3. Variáveis na percepção das cores
- 1.2.4. Percepção não-visual das cores

1.3. Modelos e padronização de cores

1.3.1. História das cores

- 1.3.1.1. Primeiras teorias
- 1.3.1.2. Leonardo Da Vinci
- 1.3.1.3. Isaac Newton
- 1.3.1.4. Moses Harris
- 1.3.1.5. Goethe
- 1.3.1.6. Runge
- 1.3.1.7. Chevreul
- 1.3.1.8. Rood
- 1.3.1.9. Munsell
- 1.3.1.10. Ostwald

1.3.2. Percepção visual

- 1.3.2.1. Absorção e reflexão
- 1.3.2.2. As moléculas de pigmento

1.3.3. Atributos de cor

- 1.3.3.1. O tom
- 1.3.3.2. Luminância
- 1.3.3.3. Saturação

1.3.4. Cores quentes e frias

1.3.5. A harmonia das cores

1.3.6. O contraste

1.3.7. Efeitos das cores

- 1.3.7.1. O tamanho
- 1.3.7.2. Transparência, peso e massa

1.4. Semiótica e semântica das cores

- 1.4.1. Semiótica das cores
- 1.4.2. Descrição das cores
- 1.4.3. Cores: material, luzes, percepções, sensações
- 1.4.4. Cor e matéria
- 1.4.5. A verdade de uma cor
- 1.4.6. Percepção da cor
- 1.4.7. O peso de uma cor
- 1.4.8. O dicionário das cores

1.5. As cores no design

- 1.5.1. Tendências cromáticas
- 1.5.2. Projeto gráfico
- 1.5.3. Design de interiores
- 1.5.4. Arquitetura
- 1.5.5. Design paisagístico
- 1.5.6. Design de Moda

1.6. Composição

1.6.1. Generalidades

- 1.6.1.1. Códigos utilizados
- 1.6.1.2. Grau de originalidade e banalidade
- 1.6.1.3. Grau de iconicidade e abstração

1.6.2. Organização configuracional da imagem: relação fundo e figura

1.6.3. Organização configuracional da imagem: leis Gestalt

1.6.4. Organização configuracional da imagem: sistemas de organização espacial

- 1.6.4.1. Equilíbrio: estático ou dinâmico. Sistema focal ou ortogonal
- 1.6.4.2. Proporção
- 1.6.4.3. Simetria
- 1.6.4.4. Movimento e ritmo

1.6.5. Estudo de campo

1.7. As funções da imagem

1.7.1. Representativa

1.7.1.1. Cartográfica

1.7.1.2. Científica

1.7.1.3. Arquitetônica

1.7.1.4. Projetual

1.7.2. Persuasiva

1.7.3. Artística

1.8. Psicologia das cores

1.8.1. Cores quentes e cores frias

1.8.2. Efeitos fisiológicos

1.8.3. Simbolismo das cores

1.8.4. Preferências pessoais em termos de cores

1.8.5. Efeitos emocionais

1.8.6. Cores locais e expressivas

1.9. O significado da cores

1.9.1. Azul

1.9.2. Vermelho

1.9.3. Amarelo

1.9.4. Verde

1.9.5. Negro

1.9.6. Branco

1.9.7. Laranja

1.9.8. Violeta

1.9.9. Rosa

1.9.10. Ouro

1.9.11. Prata

1.9.12. Marrom

1.9.13. Cinza

1.10. Utilização de cores

1.10.1. Fontes de tintas e pigmentos

1.10.2. Iluminação

1.10.3. Mistura de óleos e acrílicos

1.10.4. Cerâmica vidrada

1.10.5. Vidro colorido

1.10.6. Impressão colorida

1.10.7. Fotografia colorida

Módulo 2. História da Arte Contemporânea

2.1. O Fauvismo

2.1.1. A origem e as influências

2.1.2. Características

2.1.3. Obras

2.1.4. Principais representantes

2.2. Expressionismo

2.2.1. A origem e as influências

2.2.2. Características

2.2.3. Obras

2.2.4. Principais representantes

2.3. Futurismo

2.3.1. A origem e as influências

2.3.2. Características

2.3.3. Obras

2.3.4. Principais representantes

2.4. Arte abstrata

2.4.1. A origem e as influências

2.4.2. Características

2.4.3. Obras

2.4.4. Principais representantes

2.5. Construtivismo

- 2.5.1. A origem e as influências
- 2.5.2. Características
- 2.5.3. Obras
- 2.5.4. Principais representantes

2.6. Dadaísmo

- 2.6.1. A origem e as influências
- 2.6.2. Características
- 2.6.3. Obras
- 2.6.4. Principais representantes

2.7. Surrealismo

- 2.7.1. A origem e as influências
- 2.7.2. Características
- 2.7.3. Obras
- 2.7.4. Principais representantes

2.8. Primeiras tendências artísticas da arte pós-conceitual

- 2.8.1. Informalismo
- 2.8.2. Nova figuração
- 2.8.3. Arte cinética
- 2.8.4. O pop art
- 2.8.5. Novo realismo
- 2.8.6. Arte de ação

2.9. Segundas tendências artísticas da arte pós-conceitual

- 2.9.1. Minimalismo
- 2.9.2. Hiperrealismo
- 2.9.3. A arte conceitual
- 2.9.4. Pós-modernismo
- 2.9.5. *Street Art*
- 2.9.6. *Land Art*

2.10. Arte pós-conceitual contemporânea

- 2.10.1. O pop art
- 2.10.2. Arte objeto
- 2.10.3. *Body art*
- 2.10.4. *Performance*
- 2.10.5. Instalações

Módulo 3. Fotografia

3.1. História da Fotografia

- 3.1.1. Antecedentes da Fotografia
- 3.1.2. Fotografia colorida
- 3.1.3. O filme fotográfico
- 3.1.4. A câmera digital

3.2. Formação da Imagem

- 3.2.1. A câmera fotográfica
- 3.2.2. Parâmetros básicos na fotografia
- 3.2.3. Fotometria
- 3.2.4. Objetivos e distância focal

3.3. Linguagem fotográfica

- 3.3.1. Tipos de planos
- 3.3.2. Elementos formais, compositivos e interpretativos da imagem fotográfica
- 3.3.3. Enquadramento
- 3.3.4. Representação do tempo e do movimento na fotografia
- 3.3.5. A relação da fotografia com a realidade e a verdade

3.4. A câmera fotográfica

- 3.4.1. Câmeras analógicas e digitais
- 3.4.2. As câmeras simples
- 3.4.3. As câmeras reflex monobjetiva (SLR)
- 3.4.4. Técnicas fotográficas básicas
- 3.4.5. A exposição e os medidores de exposição
- 3.4.6. A câmera reflex digital. O sensor
- 3.4.7. O manuseio de câmeras digitais versus analógicas
- 3.4.8. Aspectos específicos de interesse
- 3.4.9. Modos de trabalho com a câmera digital

- 3.5. A imagem digital
 - 3.5.1. Formatos de arquivo
 - 3.5.2. Balanço de brancos
 - 3.5.3. Temperatura da cor
 - 3.5.4. Histograma. Exposição de fotografia digital
 - 3.5.5. Faixa dinâmica
- 3.6. O comportamento da luz
 - 3.6.1. O fóton
 - 3.6.2. Reflexão e absorção
 - 3.6.3. Quantidade e qualidade da luz
 - 3.6.3.1. Luz dura e luz suave
 - 3.6.3.2. Luz direta e difusa
- 3.7. Expressividade e estética da iluminação
 - 3.7.1. Sombras, modificadores e profundidade
 - 3.7.2. Ângulos de iluminação
 - 3.7.3. Esquemas de iluminação
 - 3.7.4. Medição da luz
 - 3.7.4.1. O fotômetro
 - 3.7.4.2. Luz incidente
 - 3.7.4.3. Luz refletida
 - 3.7.4.4. Medição sobre vários pontos
 - 3.7.4.5. O contraste
 - 3.7.4.6. Cinza médio
 - 3.7.5. Iluminação luz natural
 - 3.7.5.1. Difusores
 - 3.7.5.2. Refletores
 - 3.7.6. Iluminação luz artificial
 - 3.7.6.1. O estúdio fotográfico
 - 3.7.6.2. Fontes de iluminação
 - 3.7.6.3. Luz fria
 - 3.7.6.4. Flashes de estúdio e flashes compactos
 - 3.7.6.5. Acessórios

- 3.8. Software de edição
 - 3.8.1. Adobe Lightroom
 - 3.8.2. Adobe Photoshop
 - 3.8.3. *Plugins*
- 3.9. Edição e revelação de fotos
 - 3.9.1. A revelação em Câmera RAW
 - 3.9.2. Ruído e foco
 - 3.9.3. Ajustes de exposição, contraste e saturação. Níveis e curvas
- 3.10. Referências e aplicações
 - 3.10.1. Os fotógrafos mais importantes da história
 - 3.10.2. Fotografia em design de interiores
 - 3.10.3. Fotografia em design de produto
 - 3.10.4. Fotografia em design de moda
 - 3.10.5. Fotografia em design gráfico

Módulo 4. História da Indumentária

- 4.1. Pré-história
 - 4.1.1. Introdução
 - 4.1.2. As civilizações pré-históricas
 - 4.1.3. O comércio na época pré-histórica
 - 4.1.4. O traje pré-histórico
 - 4.1.5. Peles e artigos de pêlo
 - 4.1.6. Os tecidos e as técnicas
 - 4.1.7. As concordâncias cronológicas e as semelhanças no traje pré-histórico
- 4.2. Idade Antiga: Egito e Mesopotâmia
 - 4.2.1. Egito
 - 4.2.2. O povo assírio
 - 4.2.3. O povo persa

- 4.3. Idade Antiga: A Grécia Clássica
 - 4.3.1. Traje Cretan
 - 4.3.2. Os têxteis utilizados na grécia antiga
 - 4.3.3. As roupas da grécia antiga
 - 4.3.4. Roupas íntimas da grécia antiga
 - 4.3.5. Calçados da grécia antiga
 - 4.3.6. Chapéus e cocares da grécia antiga
 - 4.3.7. Cores e decorações da grécia antiga
 - 4.3.8. Acessórios da grécia antiga
- 4.4. Idade Antiga: O Império Romano
 - 4.4.1. Os tecidos da Roma Antiga
 - 4.4.2. As vestes da Roma Antiga
 - 4.4.3. Roupas íntimas da Roma Antiga
 - 4.4.4. Calçados da Roma Antiga
 - 4.4.5. Chapéus e cocares da Roma Antiga
 - 4.4.6. Relação de status social e vestuário na Roma Antiga
 - 4.4.7. O estilo bizantino
- 4.5. Alta Idade Média e Baixa Idade Média
 - 4.5.1. Características históricas gerais do período medieval
 - 4.5.2. O traje no início do período medieval
 - 4.5.3. O traje no período carolíngio
 - 4.5.4. O traje na época românica
 - 4.5.5. O traje gótico
- 4.6. A Era Moderna: Renascentista, Barroco e Rococó
 - 4.6.1. Século XV e XVI: Renascimento
 - 4.6.2. Século XVII: O Barroco
 - 4.6.3. Século XVIII: Rococó
- 4.7. Idade Contemporânea: Neo-clasicismo e Romantismo
 - 4.7.1. A indústria da Indumentária
 - 4.7.2. Charles Fréderick Worht
 - 4.7.3. Jacquet Doucet
 - 4.7.4. A indumentária feminina
 - 4.7.5. Josefina Bonaparte: o estilo império





- 4.8. Idade Contemporânea: Era Vitoriana e a *Belle Époque*
 - 4.8.1. A Rainha Vitória
 - 4.8.2. A indumentária masculina
 - 4.8.3. Dandy
 - 4.8.4. Paul Poiret
 - 4.8.5. Madeleine Vionnet
- 4.9. Era Contemporânea: da indumentária à moda
 - 4.9.1. Novo contexto e mudança social
 - 4.9.2. Designers de moda
 - 4.9.3. Coco Chanel
 - 4.9.4. O New look
- 4.10. A era contemporânea: o século dos estilistas e da moda
 - 4.10.1. O vestuário moderno
 - 4.10.2. A ascensão dos estilistas americanos
 - 4.10.3. A cena londrina

Módulo 5. Teoria da Estética e da Arte

- 5.1. Origem e antiguidade da estética
 - 5.1.1. Definição de ontologia estética
 - 5.1.2. O platonismo
 - 5.1.3. O aristotelismo
 - 5.1.4. O neoplatonismo
- 5.2. Mímesis, Póiesis e Kátharsi
 - 5.2.1. Mímesis
 - 5.2.2. Póiesis
 - 5.2.3. Kátharsi
- 5.3. Idade Média e Idade Moderna
 - 5.3.1. A escolástica
 - 5.3.2. O Renascimento
 - 5.3.3. Maneirismo
 - 5.3.4. O Barroco

- 5.3.5. O racionalismo
- 5.3.6. O empirismo
- 5.3.7. O Iluminismo
- 5.3.8. O idealismo
- 5.4. A definição da arte na atualidade
 - 5.4.1. A arte
 - 5.4.2. O artista
 - 5.4.3. O gosto e a crítica
 - 5.4.4. Artes Plásticas
- 5.5. As artes plásticas
 - 5.5.1. Arquitetura
 - 5.5.2. A escultura
 - 5.5.3. A pintura
 - 5.5.4. Música
 - 5.5.5. A poesia
- 5.6. A estética e a reflexão
 - 5.6.1. A estética positivista
 - 5.6.2. A estética idealista
 - 5.6.3. A estética crítica
 - 5.6.4. A estética libertária
- 5.7. Estética e a ética
 - 5.7.1. Ilustração
 - 5.7.2. Idealismo
 - 5.7.2.1. Kant
 - 5.7.2.2. Schiller, Fichte, Schelling
 - 5.7.2.3. Hegel
 - 5.7.3. O Romantismo
 - 5.7.3.1. Kierkegaard, Schopenhauer e Wagner
 - 5.7.3.2. Nietzsche
- 5.8. A estética e o gosto
 - 5.8.1. O gosto estético como um estado teórico ilustrado
 - 5.8.2. O gosto pelo impressionante
 - 5.8.3. A estetização do gosto

- 5.9. Estética contemporânea
 - 5.9.1. Formalismo
 - 5.9.2. Iconologia
 - 5.9.3. Neoidealismo
 - 5.9.4. Marxismo
 - 5.9.5. Pragmatismo
 - 5.9.6. Novecentismo
 - 5.9.7. Raciocionalismo
 - 5.9.8. Empirismo lógico
 - 5.9.9. Semiótica
 - 5.9.10. Fenomenologia
 - 5.9.11. Existencialismo
 - 5.9.12. A estética pós-moderna
- 5.10. Categorias estéticas
 - 5.10.1. A beleza
 - 5.10.2. A fealdade
 - 5.10.3. O sublime
 - 5.10.4. O trágico
 - 5.10.5. O cômico
 - 5.10.6. O grotesco

Módulo 6. História da Moda

- 6.1. Do vestuário à moda
 - 6.1.1. Novo contexto e mudança social
 - 6.1.2. A libertação da mulher
 - 6.1.3. Novo conceito de designer de moda
 - 6.1.4. Princípios do século XX
- 6.2. O vestuário moderno
 - 6.2.1. O vestuário moderno
 - 6.2.2. A ascensão dos estilistas americanos
 - 6.2.3. A cena londrina
 - 6.2.4. Nova York na década de 1970
 - 6.2.5. A moda dos anos 80
 - 6.2.6. Grupos de luxo multi-marcas

- 6.2.7. Moda funcional
- 6.2.8. *Activewear*
- 6.2.9. A moda, a arte e a cultura pop
- 6.2.10. *Celebridades*
- 6.2.11. Fotografia e Internet
- 6.3. Grandes mestres da moda
 - 6.3.1. Jeanne Lanvin
 - 6.3.2. Jeanne Paquin
 - 6.3.3. Emilie Flöge
 - 6.3.4. Madeleine Vionnet
 - 6.3.5. Gabrielle Chanel
 - 6.3.6. Elsa Schiaparelli
 - 6.3.7. Carolina Herrera
- 6.4. Grandes mestres da moda
 - 6.4.1. Charles Frederick Worth
 - 6.4.2. Jacques Doucet
 - 6.4.3. Paul Poiret
 - 6.4.4. Cristóbal Balenciaga
 - 6.4.5. Christian Dior
 - 6.4.6. Karl Lagerfeld
 - 6.4.7. Alexander McQueen
- 6.5. *Haute Couture*
 - 6.5.1. História da *Haute Couture*
 - 6.5.2. Federação de Alta Costura e Moda
 - 6.5.3. Membros da federação
 - 6.5.4. *De Haute Couture a Prêt-à-Porter*
- 6.6. Artesanato
 - 6.6.1. A tecelagem como arte
 - 6.6.2. Artesanato que complementa o vestuário
 - 6.6.3. Artistas e artesãos relacionados com a moda
- 6.7. *Fast Fashion*
 - 6.7.1. História e origem do *Fast Fashion*
 - 6.7.2. Modelo de negócio do *Fast Fashion*
 - 6.7.3. Impacto do *Fast Fashion* no mundo

- 6.8. Publicidade e fotografia de moda
 - 6.8.1. Arquétipos e estereótipos
 - 6.8.2. A imagem da moda
 - 6.8.3. Comunicação visual da moda
 - 6.8.4. Os grandes fotógrafos de moda
- 6.9. Impacto da moda
 - 6.9.1. A indústria têxtil
 - 6.9.2. A relação entre arte e moda
 - 6.9.3. Moda e sociedade
- 6.10. Teoria e crítica da moda
 - 6.10.1. Os estilistas atuais e sua influência
 - 6.10.2. Tendências atuais
 - 6.10.3. A banalização da moda

Módulo 7. Estilismo

- 7.1. Introdução ao estilismo
 - 7.1.1. Estética, estilo e estilismo
 - 7.1.2. Análise e conhecimentos das áreas do estilismo
 - 7.1.3. A função do estilista
 - 7.1.4. A comunicação na moda
 - 7.1.5. Comunicação digital
 - 7.1.5.1. Redes sociais
 - 7.1.5.2. *Influencers*
 - 7.1.5.3. *Bloggers*
 - 7.1.6. Métodos de organização e produção do estilismo
- 7.2. Estilismo de passarela
 - 7.2.1. O que é um desfile?
 - 7.2.2. Objetivos de um desfile
 - 7.2.3. Principais passarelas do mundo
 - 7.2.4. Preparativos preliminares
 - 7.2.5. A equipe

- 7.2.6. *O fitting*
- 7.2.7. Os modelos
- 7.2.8. O look
- 7.2.9. A música
- 7.2.10. O espaço
- 7.2.11. Pós-evento
- 7.3. Estilismo audiovisual
 - 7.3.1. O cinema
 - 7.3.2. *O Fashion film*
 - 7.3.3. *Showroom e showrooming*
 - 7.3.4. *O e-commerce*
- 7.4. O código de vestimenta
 - 7.4.1. Vestuário formal
 - 7.4.2. Vestuário informal
 - 7.4.4. Vestuário esportivo
 - 7.4.5. Tipos de código
- 7.5. Morfologia corporal e colorimetria
 - 7.5.1. Tipologias corporais
 - 7.5.2. Silhuetas do corpo
 - 7.5.3. Teoria das cores aplicada à consultoria
 - 7.5.4. Teoria das estações do ano
 - 7.5.5. Classificação das cores
- 7.6. Maquiagem
 - 7.6.1. Introdução à maquiagem
 - 7.6.2. Materiais para maquiagem
 - 7.6.3. Aplicação de maquiagem
 - 7.6.4. Estilos de maquiagem
- 7.7. *Personal Shopper*
 - 7.7.1. O que é o *personal shopper*?
 - 7.7.2. Processo de assessoria para indumentária e acessórios
 - 7.7.3. Características do assessor de imagem
 - 7.7.4. Como abordar o processo de assessoria de imagem
- 7.7.5. Desenvolvimento do processo: documentação técnica
- 7.7.6. Estudo e avaliação da imagem do cliente
- 7.7.7. Proposta ao cliente sobre a adoção de novos modelos estéticos em vestuário
- 7.7.8. Métodos para a adoção de modelos estéticos de vestuário
- 7.7.9. Métodos de treinamento do cliente
- 7.7.10. Assessoria na compra de roupas e acessórios
- 7.8. O estilo de vestir
 - 7.8.1. Pré-história e Idade Antiga
 - 7.8.1.1. Pré-história
 - 7.8.1.2. Mesopotâmia: sumérios, babilônios e assírios, persas e medos
 - 7.8.1.3. Egito
 - 7.8.1.4. Creta: a civilização minóica
 - 7.8.1.5. Greta
 - 7.8.1.6. Etrúria
 - 7.8.1.7. Roma
 - 7.8.1.8. Império Bizantino
 - 7.8.2. História da Indumentária: Idade Média e Renascimento
 - 7.8.2.1. Média de idade
 - 7.8.2.2. Renascimento
 - 7.8.3. História da Indumentária: Barroco e Rococó
 - 7.8.3.1. Barroco: século XVII
 - 7.8.3.2. Rococó: século XVIII
 - 7.8.4. História da indumentária: século XIX
 - 7.8.4.1. Contexto histórico
 - 7.8.4.2. Indumentária feminina
 - 7.8.4.3. Indumentária masculina
 - 7.8.5. História da indumentária: século XX
 - 7.8.5.1. Contexto histórico
 - 7.8.5.2. Indumentária de 1900 a 1950
 - 7.8.5.3. Indumentária de 1950 a 2000

- 7.9. Léxico de roupas
 - 7.9.1. Chapéus, gorros e bonés
 - 7.9.2. Casacos e jaquetas
 - 7.9.3. Ternos masculinos
 - 7.9.4. Nós de gravata
 - 7.9.5. Camisas
 - 7.9.6. Camisetas
 - 7.9.7. Colarinhos e golas
 - 7.9.8. Mangas
 - 7.9.9. Calças
 - 7.9.10. Vestidos
 - 7.9.11. Sapatos
 - 7.9.12. Saias
 - 7.9.13. Acessórios
- 7.10. Estilos básicos na indumentária
 - 7.10.1. As tendências
 - 7.10.2. O *Coolhunter*
 - 7.10.3. Estilo clássico
 - 7.10.4. Estilo vanguardista
 - 7.10.5. Estilo informal ou casual
 - 7.10.6. Estilo boêmio
 - 7.10.7. Estilo minimalista
 - 7.10.8. Estilo Retrô ou *Vintage*
 - 7.10.9. Estilo *Oversized*
 - 7.10.10. Estilo felino ou *Lingerie*
 - 7.10.11. Estilo *Grunge*
 - 7.10.12. Estilo étnico
 - 7.10.13. Estilo *hippie*
 - 7.10.14. Estilo punk
 - 7.10.15. Estilo executivo

- 7.10.16. Estilo gótico
- 7.10.17. Estilo safari
- 7.10.18. Estilo militar
- 7.10.19. Estilo folclórico
- 7.10.20. Estilo *underground*
- 7.10.21. Outros estilos

Módulo 8. Marketing de Moda

- 8.1. O marketing de moda
 - 8.1.1. Introdução ao marketing de moda
 - 8.1.2. Definição de marketing
 - 8.1.3. O marketing e as variáveis
- 8.2. Pesquisa de mercado na moda
 - 8.2.1. Ambiente do mercado da moda
 - 8.2.2. Estrutura de mercado
 - 8.2.3. Agentes do processo industrial
 - 8.2.4. O mercado internacional
- 8.3. Estratégias nos mercados da moda
 - 8.3.1. Segmentação do mercado
 - 8.3.2. Posicionamento do produto
 - 8.3.3. Pesquisa de mercado
- 8.4. O consumidor de moda
 - 8.4.1. O consumidor de moda
 - 8.4.2. Comportamento de compra
 - 8.4.3. Processo na decisão de compra
- 8.5. O produto da moda
 - 8.5.1. O produto da moda
 - 8.5.2. O ciclo de vida do produto
 - 8.5.3. Identidade da marca
- 8.6. Política de preços na moda
 - 8.6.1. O preço
 - 8.6.2. Os custos
 - 8.6.3. Fixação de preços

- 8.7. Comunicação da moda
 - 8.7.1. Comunicação e promoção do produto
 - 8.7.2. A passarela
 - 8.7.3. Tendências
 - 8.7.4. Controle de qualidade no processo
- 8.8. Distribuição da moda
 - 8.8.1. Distribuição
 - 8.8.2. Logística
 - 8.8.3. Espaço de vendas
 - 8.8.4. *Merchandising*
- 8.9. Marketing de Moda
 - 8.9.1. Marketing estratégico
 - 8.9.2. Planejamento de Marketing
 - 8.9.3. Marketing online
- 8.10. Responsabilidade das empresas de moda
 - 8.10.1. Responsabilidade social da empresa
 - 8.10.2. Fatores sociais
 - 8.10.3. Perfil profissional de marketing

Módulo 9. Revistas

- 9.1. O que é uma revista?
 - 9.1.1. Introdução
 - 9.1.2. O que é uma revista?. Suas especificidades e o mercado editorial
 - 9.1.3. Especificidades da revista
 - 9.1.4. Mercado de revistas: temas gerais
 - 9.1.5. Grandes grupos editoriais de revistas
- 9.2. O leitor de revistas
 - 9.2.1. Introdução
 - 9.2.2. O leitor de revistas
 - 9.2.3. Encontrar e fidelizar leitores
 - 9.2.4. O leitor de revistas impressas
 - 9.2.5. O leitor de revistas digitais
 - 9.2.6. Leitores e publicidade
- 9.3. Criação e vida de uma revista
 - 9.3.1. Introdução
 - 9.3.2. A criação de uma revista
 - 9.3.3. O nome
 - 9.3.4. O ciclo de vida de uma revista
- 9.4. Segmentação e especialização das revistas
 - 9.4.1. Introdução
 - 9.4.2. Segmentação e especialização das revistas
 - 9.4.3. Tipos de revistas
 - 9.4.3.1. Revistas culturais
 - 9.4.3.2. Revistas do coração
 - 9.4.3.3. Suplementos
- 9.5. Estrutura e conteúdos das revistas
 - 9.5.1. Introdução
 - 9.5.2. A manchete
 - 9.5.3. A estrutura
 - 9.5.4. Os conteúdos
- 9.6. Nascimento e desenvolvimento das revistas na Europa e nos EUA
 - 9.6.1. Introdução
 - 9.6.2. Os inícios: entre os séculos XVI e XVIII. Das relações às gazetas
 - 9.6.3. O século XIX na Europa
 - 9.6.4. Balanço do século XIX
- 9.7. O século XX: a consolidação da revista moderna
 - 9.7.1. Introdução
 - 9.7.2. As primeiras décadas do século XX nas revistas europeias
 - 9.7.3. Estados Unidos entre os anos de 1920 e 1960: O segundo boom de revistas
 - 9.7.4. Europa após a Segunda Guerra Mundial: as revistas a partir da década de 40
 - 9.7.5. A partir da década de 60: a revista repaginada
- 9.8. Marcos na história das revistas americanas
 - 9.8.1. Introdução
 - 9.8.2. National Geographic, um marco nas revistas populares
 - 9.8.3. Time, um marco para as revistas semanais ou *Newsmagazines*
 - 9.8.4. Reader's Digest, um marco nas edições de revistas
 - 9.8.5. The New Yorker, um marco para as revistas de opinião e cultura

- 9.9. As revistas na Europa
 - 9.9.1. Introdução
 - 9.9.2. Difusão
 - 9.9.3. Principais revistas por país
- 9.10. As revistas na América Latina
 - 9.10.1. Introdução
 - 9.10.2. Origem
 - 9.10.3. Principais revistas por país

Módulo 10. Canais de Comunicação na Moda

- 10.1. Influência e outras estratégias de poder em novos canais digitais
 - 10.1.1. As estratégias de poder ligadas à comunicação da moda
 - 10.1.2. Influenciar na esfera das mídias sociais
 - 10.1.3. Gestão dos novos líderes digitais: *Influencers* de moda
- 10.2. A escolha do canal de comunicação: Teoria da Pesquisa Forrester
 - 10.2.1. A nova opinião pública: liderar as massas, uma de cada vez
 - 10.2.2. O que é a teoria de Forrester?
 - 10.2.3. Aplicando a teoria da Pesquisa Forrester à indústria da moda
- 10.3. O poder da linguagem audiovisual e da comunicação não-verbal
 - 10.3.1. A crescente cota de mercado da comunicação não verbal
 - 10.3.2. O impacto da mensagem audiovisual na moda
 - 10.3.3. Composição do discurso fotográfico em redes sociais
- 10.4. Evolução e funcionamento das mídias sociais na indústria da moda
 - 10.4.1. Etapas do surgimento e evolução da Internet
 - 10.4.2. A estratégia multicanal dentro das redes sociais da moda
 - 10.4.3. O que uma rede social? Diferenças com os canais tradicionais
- 10.5. Facebook, o grande banco de dados
 - 10.5.1. Comunicação transversal
 - 10.5.2. O interesse da comunicação
 - 10.5.3. Modelos de presença no Facebook

- 10.6. Instagram, muito mais do que fotos de moda
 - 10.6.1. Mensagens emocionais e gestão da empatia
 - 10.6.2. A intimidade da vida cotidiana em imagens
 - 10.6.3. Destacar-se na rede social mais importante da moda
- 10.7. O conteúdo profissional no LinkedIn
 - 10.7.1. Criando uma marca pessoal
 - 10.7.2. Mensagens cognitivas na marca da moda
 - 10.7.3. Gerenciamento da relação com a concorrência
- 10.8. A politização do Twitter
 - 10.8.1. Comunicação impulsiva e omnidirecional
 - 10.8.2. Mensagem direta e criação de conteúdo em 20 caracteres
 - 10.8.3. O impacto das manchetes: da profundidade à leveza
- 10.9. TikTok, além da Geração Z
 - 10.9.1. A revolução audiovisual e a aceleração das transformações em um contexto *Slow Fashion*
 - 10.9.2. Democratização na criação de conteúdo audiovisual
 - 10.9.3. A moda como um evento digno de notícia e notoriedade
- 10.10. YouTube como um expoente do conteúdo audiovisual
 - 10.10.1. Gestão das expectativas na criação de conteúdo audiovisual
 - 10.10.2. Mapa do conteúdo do YouTube sobre moda, beleza e luxo
 - 10.10.3. Novas tendências na opinião pública: os *microinfluencers*



Este programa lhe proporcionará as ferramentas para desenvolver-se com sucesso na indústria da moda"

05

Metodologia

Esta capacitação oferece uma maneira diferente de aprender. Nossa metodologia é desenvolvida através de um modelo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**.

Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas faculdades de medicina mais prestigiadas do mundo e foi considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações científicas, como o ***New England Journal of Medicine***.





Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que se mostrou extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as competências em um contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma forma de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais em todo o mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



O aluno aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, como resolver situações complexas em ambientes empresariais reais.

Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este curso da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, em âmbito nacional ou internacional. Através desta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, sendo este um passo decisivo para alcançar o sucesso. O método do caso, técnica que constitui as bases deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja seguida.

“

Nosso programa prepara você para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso em sua carreira”

O método do caso foi o sistema de aprendizagem mais utilizado nas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os alunos de Direito pudessem aprender a lei não apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar situações reais realmente complexas para que eles tomassem decisões e fizessem juízos de valor fundamentados sobre como resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como o método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que nos deparamos no método de caso, um método de aprendizagem orientado à ação. Ao longo do programa, os alunos irão se deparar com diversos casos reais. Terão que integrar todos os seus conhecimentos, pesquisar, argumentar e defender suas ideias e decisões.

Metodologia Relearning

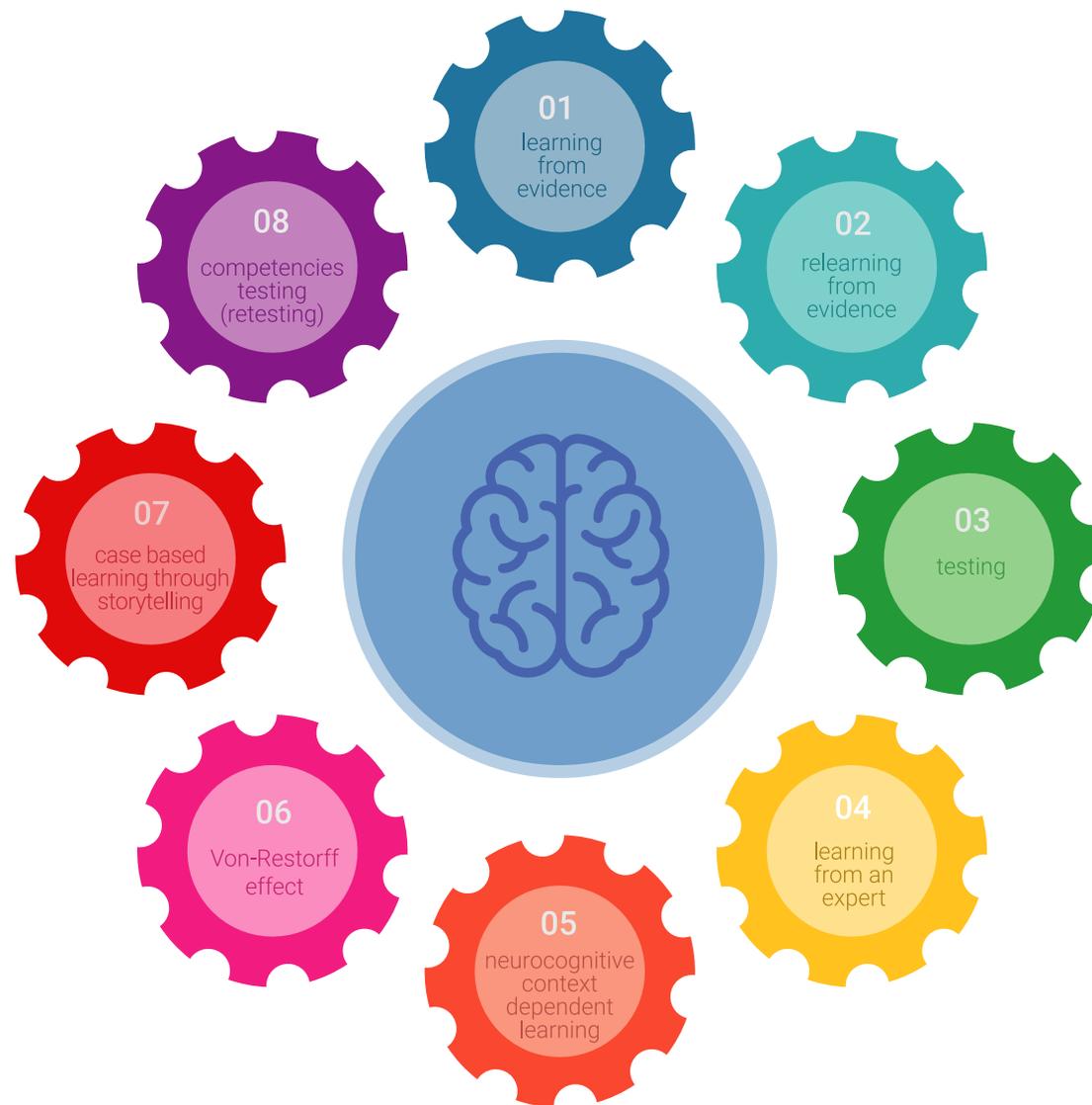
A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do estudo de caso com um sistema de aprendizagem 100% online, baseado na repetição, combinando 8 elementos didáticos diferentes em cada aula.

Potencializamos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019 alcançamos os melhores resultados de aprendizagem entre todas as universidades online do mundo.

Na TECH você aprenderá através de uma metodologia de vanguarda, desenvolvida para capacitar os profissionais do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa universidade é a única com licença para usar este método de sucesso. Em 2019 conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos curso, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, ela acontece em espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650.000 graduados universitários com um sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, habilidades gerenciais, ciências do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história ou mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um grupo de alunos universitários de alto perfil socioeconômico e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning lhe permitirá aprender com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais na sua capacitação, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões, ou seja, uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, sabemos não somente como organizar informações, ideias, imagens e memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

Desta forma, no que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa de estudos estão ligados ao contexto onde o participante desenvolve sua prática profissional.



Neste programa de estudos, oferecemos o melhor material educacional, preparado especialmente para você:



Material de estudo

Todo o conteúdo didático foi elaborado especificamente para o programa de estudos pelos especialistas que irão ministra-lo, o que permite que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso com as técnicas mais avançadas e oferecendo alta qualidade em cada um dos materiais que colocamos à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



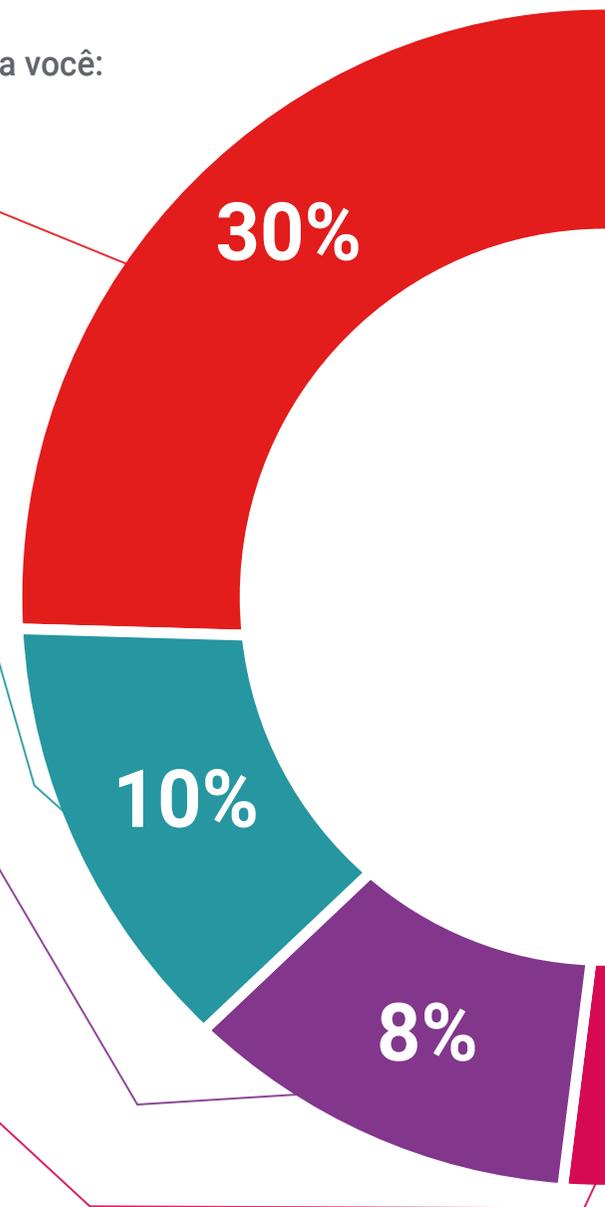
Práticas de aptidões e competências

Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e ampliar as competências e habilidades que um especialista precisa desenvolver no contexto globalizado em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar sua capacitação.





Case studies

Os alunos irão completar uma seleção dos melhores estudos de caso escolhidos especificamente para esta capacitação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas no cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, gráficos e mapas conceituais, a fim de reforçar o conhecimento. Este sistema educacional exclusivo de apresentação de conteúdo multimídia, foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o seu conhecimento ao longo do programa através de atividades e exercícios de avaliação e autoavaliação, para que você possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



06

Certificado

O Mestrado Próprio em Estilismo de Moda garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio emitido pela TECH Universidade Tecnológica



“

Conclua este programa de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

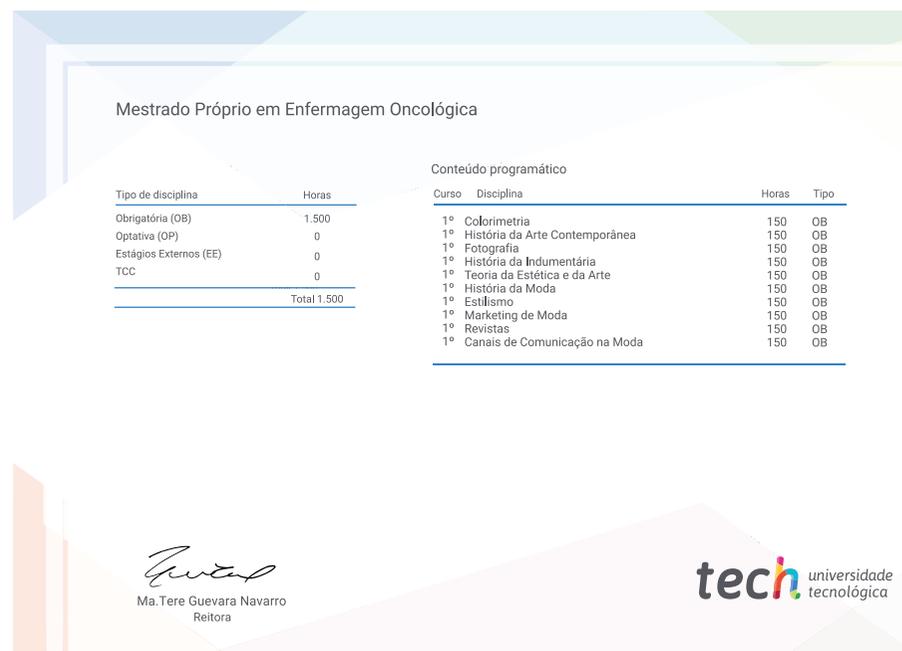
Este **Mestrado Próprio em Estilismo de Moda** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela **TECH Universidade Tecnológica** expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Mestrado Próprio em Estilismo de Moda**

Nº de Horas Oficiais: **1.500 h**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compreensão
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento simulação

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio Estilismo de Moda

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Dedicção: 16h/semana
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Mestrado Próprio

Estilismo de Moda

