

Mapa III - Fashion Business

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Fashion Business

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Fashion Business

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

D

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

D

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

150.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-4.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Ana Graziela Sousa - 4.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade

curricular: [sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

Oferecer uma visualização da Indústria de Moda: cadeia de distribuição, empregos e impacto económico a nível mundial. Endereçar os problemas e oportunidades que esta área de actividade apresenta nomeadamente no que concerne os temas urgentes da sustentabilidade, economia e direitos humanos. Reconhecer e experimentar ferramentas de criação e avaliação de novas ideias de negócio, capacitando os futuros designers para a criação de valor na sua indústria, o auto-emprego e a formação de novas empresas, marcas ou serviços. Estudar exemplos de sucesso de projectos inovadores e com um contributo positivo na indústria de moda.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

To offer an overview of the Fashion Industry: supply chain, jobs and economic impact worldwide. To address the problems and opportunities that this area of activity presents, namely with regard to the urgent issues of sustainability, economy and human rights. To recognize and experiment tools for creating and evaluating new business ideas, enabling future designers to create value in their industry, self-employment and the creation of new companies, brands or services. To study innovative business cases which contribute positively to the industry.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

*Caracterização da Indústria e Negócios de Moda: problemas e oportunidades
Cadeia de Valor da Indústria de Moda
Sustentabilidade, Direitos Humanos e Economia: como criar valor contribuindo positivamente
Comercialização Digital e Online de produtos e serviços
Inovação e Moda: exemplos, possibilidades e limitações*

Processos de Inovação: da ideia ao protótipo

Empreendedorismo: ideias de negócio e geração de valor – processos, ferramentas e avaliação

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

Characterization of the Fashion Industry and Business: problems and opportunities

Fashion Industry Value Chain

Sustainability, Human Rights and the Economy: how to create value by contributing positively

Digital and Online Marketing of products and services

Innovation and Fashion: examples, possibilities and limitations

Innovation Processes: from idea to prototype

Entrepreneurship: business ideas and value creation – processes, tools and evaluation

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

(PT):

Através da caracterização e reconhecimento da importância da Indústria de Moda a nível económico e material, e também dos problemas que esta tem vindo a gerar – pretende-se motivar os estudantes para uma actuação positiva no seu contexto. O reconhecimento e experimentação de processos de comercialização, inovação e criação de novos negócios permitirá que os futuros designers apreendam competências na prática e possam delinear/pensar em projectos ou ideias inovadores para colocarem em prática após a sua formação.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular.

(EN):

Through the characterization and recognition of the importance of the Fashion Industry at an economic and material level, and also of the problems it has been generating – it is intended to motivate students to act positively in their context. The recognition and experimentation of commercialization, innovation and new business creation processes will allow future designers to learn skills in practice and be able to outline/think about innovative projects or ideas to put into practice after their training.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico.

(PT):

Serão utilizados diferentes modelos de ensino-aprendizagem como aulas teóricas leccionadas pela docente, cedência de textos e exemplos de referência para análise e discussão, participação de profissionais da área, criação e avaliação de novas ideias. Será possível compreender-se, de modo prático e iterativo a importância da criação de valor na Indústria de Moda e fomentar o espírito empreendedor dos discentes.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico.

(EN):

Different teaching-learning models will be used, such as theoretical classes taught by the teacher, discussion of texts and reference examples for analysis, participation of professionals in the field, creation and evaluation of new ideas. It will be possible to understand, in a practical and iterative way, the importance of creating value in the Fashion Industry and fostering the entrepreneurial spirit of students.

4.2.14. Avaliação (PT):

A avaliação é contínua valorizando-se a assiduidade e participação dos estudantes. Serão levados a cabo projectos teórico-práticos, colaborativos e individuais. A distribuição quantitativa da avaliação será feita da seguinte forma: 70% trabalhos teórico-práticos; 20% prova de conhecimentos; 10% assiduidade e participação.

4.2.14. Avaliação (EN):

Assessment is continuous, valuing student attendance and participation. Theoretical-practical projects will be carried out, either collaboratively either individually. The quantitative evaluation will be distributed as follows: 70% theoretical-practical work; 20% proof of knowledge; 10% attendance and participation.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As metodologias de ensino aplicadas irão capacitar os estudantes para que possam gerar novas ideias, torná-las em negócios e avaliar o potencial das mesmas. Tendo em vista um contributo positivo face à insustentabilidade da Indústria de Moda, poderão traçar projectos que adicionem valor a esta. O reconhecimento de boas práticas possibilitar-lhes-á a aceção crítica e construtiva sobre a sua própria actuação como futuros profissionais da Indústria de Moda, tendo em vista serem capazes de contribuir positivamente e reconhecer tendências emergentes neste domínio.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The teaching methodologies applied will enable students to generate new ideas, turn them into businesses and assess their potential. With a view to making a positive contribution to the unsustainability of the Fashion Industry, they will be able to design projects that add value to it. The recognition of good practices will enable them to have a critical and constructive understanding of their own performance as future professionals in the Fashion Industry, with a view to being able to contribute positively and recognize emerging trends in this field.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Burns, L. D., & Mullet, K. K. (2020). *The Business of Fashion: Designing, Manufacturing, and Marketing - Bundle Book + Studio Access Card (6o edição)*. Fairchild Books.

Carr, M. G., & Newell, L. H. (2014). *Guide to Fashion Entrepreneurship: The Plan, the Product, the Process*. A&C Black.

Corner, F. (2014). *Why Fashion Matters*. Thames and Hudson Ltd.

Dillon, S. (2011). *The Fundamentals of Fashion Management*. A&C Black.

Golizia, D. (2021). *The Fashion Business: Theory and Practice in Strategic Fashion Management (1st edição)*. Routledge.

Grose, V. (2011). *Basics Fashion Management 01: Concept to Customer*. A&C Black.

Sorger, R., & Udale, J. (2017). *The Fundamentals of Fashion Design (3.o/a edição)*. Bloomsbury Visual Arts.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Burns, L. D., & Mullet, K. K. (2020). *The Business of Fashion: Designing, Manufacturing, and Marketing - Bundle Book + Studio Access Card (6o edição)*. Fairchild Books.

Carr, M. G., & Newell, L. H. (2014). *Guide to Fashion Entrepreneurship: The Plan, the Product, the Process*. A&C Black.

Corner, F. (2014). *Why Fashion Matters*. Thames and Hudson Ltd.

Dillon, S. (2011). *The Fundamentals of Fashion Management*. A&C Black.

Golizia, D. (2021). *The Fashion Business: Theory and Practice in Strategic Fashion Management (1st edição)*. Routledge.

Grose, V. (2011). *Basics Fashion Management 01: Concept to Customer*. A&C Black.

Sorger, R., & Udale, J. (2017). *The Fundamentals of Fashion Design (3.o/a edição)*. Bloomsbury Visual Arts.

4.2.17. Observações

(PT): [sem
resposta]

4.2.17. Observações

(EN): [sem
resposta]