



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CULTURA**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO “PROF. MARIANO DA SIVA NETO” - CCE**  
Campus Universitário Petrônio Portela, Bairro Ininga, Teresina, Piauí, Brasil – CEP: 64049-550  
Telefones: (86) 3215-5810, 3215-5811, Telefax: (86) 3215-5693 – Teresina-PI

**SELEÇÃO PÚBLICA PARA PROFESSOR SUBSTITUTO DO CURSO DE  
BACHARELADO EM MODA, DESIGN E ESTILISMO - CMDE**

CLASSE AUXILIAR, NÍVEL I, TI - 40H, NA ÁREA DE GESTÃO, MARKETING E  
COMUNICAÇÃO EM MODA

**EDITAL Nº 003/2014/CCE, DE 27 DE FEVEREIRO DE 2014**

**PROGRAMAS**

1. **TENDÊNCIAS GLOBAIS DE GESTÃO EM MODA.**
2. **ESTUDOS ORGANIZACIONAIS NA INDÚSTRIA DE MODA.**
3. **GESTÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO NA INDÚSTRIA DE MODA.**
4. **PRINCIPIOS DE GESTÃO DE NEGÓCIOS DE MODA: MARCAS, PRODUTOS E SERVIÇOS.**
5. **MERCHANDISING: NATUREZA E FUNÇÕES AMPARADAS NO MARKETING E NA COMUNICAÇÃO.**
6. **GESTÃO CRIATIVA E PRODUTIVA COM APORTE DA TECNOLOGIA E GESTÃO DA INFORMAÇÃO.**
7. **A INDÚSTRIA DE MODA NOS ESTUDOS ORGANIZACIONAIS: CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS DO EMPREENDEDORISMO.**
8. **MARKETING DE MODA: ABRANGÊNCIA DOS 4 PS.**
9. **SISTEMA DE INFORMAÇÃO DE MARKETING NA INDÚSTRIA DE MODA.**

**REFÊNCIAS (SUGESTÃO)**

1. BIZZOTTO, Carlos Eduardo Negrão. Plano de Negócios para empreendimentos inovadores. São Paulo: Atlas, 2008.
2. COBRA, Marcos. Marketing & Moda. São Paulo: Editora SENAC e Cobra Editora, 2007.

3. FEGHALLI, M. K. DWYER. D. **As engrenagens da Moda**. Rio de Janeiro: SENAC RJ, 2010.
4. FERREIRA, Victor Cláudio Paradela. **Modelos de Gestão**. 2ed, Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
5. FRINGS, Gini Stephens. **Moda: do conceito ao consumidor**. Rio de Janeiro: Bookman, 2012.
6. GARCIA, Carol e MIRANDA, Ana Paula. **Moda e Comunicação: experiências, memórias e vínculos**. São Paulo. Anhembi Morumbi, 2005.
7. GOLEMAN, Daniel. **Tecnologia e Gestão da Informação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
8. IRIGARAY, Hélio Artur. **Gestão e desenvolvimento de produtos e marcas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
9. KOTLER, PHILIP. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo: Futura, 1999.
10. LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2009.
11. LIGER, Ilce. **Moda em 360 graus: design, matéria-prima e produção para o mercado global**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2012.
12. MINTZBERG, Henry. **Managing – desvendando o dia a dia da Gestão**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
13. SUSAN, Dilon. **Princípios de Gestão em Moda**. Editora GG Brasil, 2012.
14. TAVARES, Mauro Calixta. **Gestão de Marcas: construindo marcas de valor**. São Paulo: HARBRA, 2008.
15. YANAZE; MOTUSURU. **Gestão de Marketing e Comunicação**. São Paulo: Saraiva, 2011.