

## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Experimentação em design Estratégico I - Sistema Produto**

Semestre: 2009/1

Carga horária: 30h-a

Créditos: 02

Área temática: DESIGN

Código da disciplina: 097155

Requisitos de matrícula:

Professores: Celso Carnos Scaletsky; Fabio Pezzi Parode; Filipe Campelo Xavier da Costa; Gustavo Fischer; Gustavo Severo de Borba e Paulo Edison Belo Reyes.

## EMENTA

Esta atividade será orientada para o desenvolvimento de conceitos inovativos de um sistema-produto, baseados em briefs de projetos reais, que visam a simular, no tempo e no modo, o que acontece na prática profissional na fase de definição do conceito de projeto, estimulando capacidade de síntese projetual.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Avaliação de casos aplicados de design estratégico

Casos de design de produto

Casos de design de serviços e experiência

Casos de design territorial

Consolidação do método de design estratégico

## BIBLIOGRAFIA

BEST, K. **Design management**. Lausanne: AVA Academua, 2006.

BORJA DE MOZOTA, Brigitte. **Design management**. New York: Allworth, 2003.

CELASCHI, F.; DESSERTI, A. **Design e innovazione**. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci, 2007.

SCALETISKY, C. **When horns become method**. Torino: Changing the change, 2008.

## **AVALIAÇÃO**

Participação em aula

Trabalho individual, de 3 a 6 páginas, apresentando uma análise de dois dos casos estudados, a partir de uma reflexão crítica do processo de design estratégico adotado no desenvolvimento dos projetos escolhidos.

## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Seminário II – **Sociedade do Consumo**

Semestre: 2009/1

Carga horária: 30h-a

Créditos: 02

Área temática: DESIGN

Código da disciplina: 097158

Requisitos de matrícula:

Professores: Filipe Campelo Xavier da Costa

Paulo Edison Belo Reyes

## EMENTA

A atividade discute a evolução da sociedade de consumo e seus efeitos sobre a formação do comportamento do consumidor. Serão analisados estudos referentes à antropologia de consumo, psicologia do consumidor e etnografia, bem como sua relação com a construção de estratégias de design das organizações. O processo decisório de compra do consumidor e as principais influências sobre a constituição das preferências de compra e consumo deverão ser discutidas a partir de artigos e casos selecionados.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Modernidade e Hipermodernidade

Sociedade de consumo

Identidade

Redes

Tribos

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (Org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COVA, Bernard; KOZINETS, Robert; SHANKAR, Avi. **Consumer tribes**. Belo Horizonte: Elsevier, 2007.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

## **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ARNOULD, Eric J.; THOMSON, Craig J. Consumer culture theory – twenty years of research. **Journal of Consumer Research**, Chicago, v. 31, p. 868-882, mar. 2005.

BELK, Russel W. Studies in the new consumer behavior. In: MILLER, Daniel (Ed.). **Acknowledging consumption**. London: Routledge, 1995. p. 53-94.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

COVA, Bernard; CARU, Antonella (org.). **Consuming experience**. London: Routledge, 2007.

FALK, Pasi; CAMPBELL, Colin. **The shopping experience**. Thousand Oaks: Sage, 1997.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FONTENELLE, Isleide Arruda. Construção e desconstrução de fronteiras e identidades organizacionais: história e desafios do McDonald's. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 47, n. 1, p. 60-70, 2007.

KLEIN, Naomi. **No logo**. 4. edição. Rio de Janeiro: Record, 2004.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosaq Naify, 2003.

MIGUELES, Carmen (org.). **Antropologia do consumo – casos brasileiros**. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

MILLER, Daniel. **Teoria das compras**. São Paulo: Nobel, 2002.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 13, n. 28, jul./dez. 2007.

ROCHA, Ângela; ROCHA, Everardo. Paradigma interpretativo nos estudos de consumo: retrospectiva, reflexões e uma agenda de pesquisas para o Brasil. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 47, n. 1, p. 71-80, 2007.

VOLPI, Alexandre. **A história de consumo no Brasil – do mercantilismo à era do foco no cliente**. São Paulo: Campus, 2007.

## **AVALIAÇÃO**

O processo de avaliação é composto por quatro elementos: participação nas discussões a partir das leituras exigidas, apresentação dos seminários e proposição de questões para discussão (debatedores) e o desenvolvimento de artigo. Cada aluno deve construir um artigo em formato acadêmico que discuta um ou mais dos tópicos da disciplina a partir de uma reflexão teórica. Recomenda-se que seja buscada a relação entre os temas da disciplina e o projeto de pesquisa que pretende desenvolver ao longo do mestrado.

## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Seminário IV – Processo de Estratégia e Inovação**

Semestre: 2008/1

Carga horária: 30h-a

Créditos: 02

Área temática: DESIGN

Código da disciplina: 097162

Requisitos de matrícula:

Professor: Gustavo Severo de Borba

## EMENTA

A atividade visa à compreensão dos processos de estratégia nas organizações. Analisa os processos de inovação nas organizações e seu impacto na cultura das empresas. Descreve conceitos e tipologias de inovação; apresenta estudos de caso sobre inovação.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Manual de OSLO

Conceitos de inovação

Processos de inovação – modelos de economias industrializadas

Gestão da inovação

Sistemas nacionais de inovação e referenciais - Manual de OSLO

Organizações inovadoras: Casos nacionais

Organizações inovadoras: Casos internacionais

Inovação e Design

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KIM, Linsu; NELSON, Richard R. (Org.). **Tecnologia, aprendizado e inovação: as experiências das economias de industrialização recente**. Campinas: UNICAMP, 2005. 503 p. ISBN 85-268-0701-3

BARBIERI, José Carlos (Org.). **Organizações inovadoras: estudos e casos brasileiros**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2004. 158 p. ISBN 85-225-0442-3

FAGERBERG, Jan; MOWERY, David C.; NELSON, Richard R. (Ed.). **The Oxford handbook of innovation**. New York: Oxford, 2007. 656 p. ISBN 978-0-19-928680-5

KELLEY, Tom; LITTMAN, Jonathan. **As 10 faces da inovação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. 263 p. ISBN 978-85-352-2450-4

UTTERBACK, J.; VEDIN, B.; ALVAREZ, E.; EKMAN, S.; SANDERSON, S.; TETHER, B.; VERGANTI, R. **Design-inspired Innovation**. New York: World Scientific Publishing Company, 2006 .

TIDD, J.; PAVITT, K., BESSANT, J. **Gestão da Inovação**. Porto Alegre: bookman, 2008.

PARADIS, Z.; MCGAW, David. **Naked innovation**. Chicago: Institute of Design, 2007.

MOWERY, D. C.; ROSENBERG, N. **Trajetórias da Inovação: A Mudança Tecnológica nos Estados Unidos da América no Século XX**. São Paulo: Unicamp, 2005.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

CHRISTENSEN, C. **O Dilema da Inovação**. São Paulo: Makron, 2001.

DOSI, G. The nature of innovative process. In: DOSI, G.; FREEMAN, C.; NELSON, R.; SILVERBERG, G.; SOETE, L. (Ed.). **Technical Change and Economic Theory**. Londres: Printer, 1988. p. 221-328.

FAGERBERG, J.; MOWERY, D.; NELSON, R. **The Oxford Handbook of Innovation**. Oxford: Oxford University, 2006.

FREEMAN C. The National System of Innovation in historical perspective. **Cambridge Journal of Economics**, Oxford, v. 19, n. 1, p. 5-24, 1995.

FREEMAN, C. **The Economics of Industrial Innovation**. Harmondsworth: Penguin, 1982.

LEYDESDORFF, L. The triple helix model and the study of knowledge-based innovation systems. **International Journal of Contemporary Sociology**, Auburn, v. 42, n. 1, p. 12-27, 2005.

NELSON, R. **Tecnologia, Aprendizado e Inovação**: as experiências das economias de industrialização. São Paulo: Unicamp, 2005.

ZURLO, F.; CAGLIANO, R.; SIMONELLI, G.; VERGANTI, R. **Innovare con il design**. Il caso del settore dell'illuminazione in Italia. Milano: Il Sole24 Ore, 2002.

## **AVALIAÇÃO**

O processo de avaliação é composto por quatro elementos: participação nas discussões a partir das leituras exigidas, apresentação dos seminários e proposição de questões para discussão (debatedores) e o desenvolvimento de artigo. Cada aluno deve construir um artigo em formato acadêmico que discuta um ou mais dos tópicos da disciplina a partir de uma reflexão teórica. Recomenda-se que seja buscada a relação entre os temas da disciplina e o projeto de pesquisa que pretende desenvolver ao longo do mestrado.



## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Seminário VI - Cultura do Projeto**

Semestre: 2009/1

Carga horária: 30h-a

Créditos: 02

Área temática: DESIGN

Código da disciplina: 097159

Requisitos de matrícula:

Professor: Celso Carnos Scaletsky

## EMENTA

Neste seminário será apresentada uma visão panorâmica do processo de projeto em design. Dentro da etapa metaprojetual serão apresentadas questões relacionadas ao papel do conceito e das referências a este processo. Exemplos de casos reais de projeto serão apresentados e relacionados às experiências concretas trazidas pelos profissionais estudantes do curso.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Introdução ao Conceito de Cultura do Projeto
- Cultura e Projeto
- Projeto e Cultura
- Representação
- Imagem
- Referências, Raciocínio por Analogia e Conceitos

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

DELEUZE, Gilles. Qu'est-ce que l'acte de création. **Trafic**, Paris, n. 27, p. 133-142, 1998.

DORST, K. The problem of Design Problems. In: DESIGN THINKING RESEARCH SYMPOSIUM, 6., 2003, Sydney. **Proceedings...** Sydney: Sydney University of Technology, 2003. p. 135-147.

DURAND, Gilbert. **O Imaginário**. Tradução René Eve Levié. Rio de Janeiro: BCD, 2001. Coleção Enfoques.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**: por uma Filosofia do design e da comunicação. 1. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo** – design e sociedade desde 1950. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

GOLDSCHMIDT, Gabriela. On visual design thinking: the vis kids of architecture. **Design Studies**, Kidlington, v. 15, n. 2, p. 158-174, 1994.

LLOYD P.; SNELDERS D. What was Philippe Starck thinking of? **Design Studies**, Kidlington, v. 24, n. 3, p. 237-253, 2003.

OXMAN, Rivka. Precedents in design: a computational model for the organization of precedent knowledge. **Design Studies**, Kidlington, v. 15, n. 2, p. 141-157, 1994.

SCHON, Donald A. **Educando o profissional reflexivo**. Porto Alegre: Artmed, 2000.

SIMON, Herbert A. **The Sciences of the Artificial**. Massachusetts: MIT Press, 1969.

## **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ARNHEIM, Rudolf. Sketching and the psychology of Design. **Design Issues**, Cambridge, v. 9, n. 2, p. 15-19, autumn, 1993.

BOUDON, Philippe; POUSIN, Frédéric. **Figures de la conception architecturale**. Paris: Dunod, 1988.

BOUVERESSE, Jacques. Ce que l'œil dit au cerveau. **Les Cahiers du Musée national d'art moderne**, Paris, n. 24, p. 115-139, 1998.

BORILLO, Mario ; GOULETTE, Jean-Pierre. **Cognition et création** – explorations cognitives des processus de conception. Sprimont: Mardaga, 2002.

BRYAN, Lawson; SHEE, Ming Loke. Computers, words and pictures. **Design Studies**, Kidlington, v. 18, n. 2, p. 171-183, 1997.

CELASCHI, Flaviano; DESERTI, Alessandro. **Design e Innovazione** – Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci, 2007.

CROSS, Nigel; CROSS, Anita Clayburn. Winning by design: the methods of Gordon Murray, racing car designer. **Design Studies**, Kidlington, v. 17, n. 1, p. 91-107, 1996.

CROSS, Nigel. Natural intelligence in design. **Design Studies**, Kidlington, v. 20, n. 1, p. 141-157, 1999.

DORST, Kees. Viewpoint Design research: a revolution-waiting-to-happen. **Design Studies**, Kidlington, v. 29, n. 1. p. 5-11, 2008.

MORAES, Dijon de. Metaprojeto: o design do design. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 7., Curitiba, 2006. **Anais eletrônicos...** Curitiba: UNICEMP, 2006. CD-ROM.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da Caixa Preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.

FORTY, Adrian. **Objetos de desejo** – design e sociedade desde 1950. São Paulo: Cosacnaify, 2007.

GOLDSCHMIDT, Gabriela. Processus privé et image publique dans la représentation architecturale. **Pouvoir des figures, Les cahiers de la recherche architecturale et urbaine**, Paris, n. 8, p. 13-22, 2001.

GROSS, Mark D.; ELLEN, Yi-Luen Do. Thinking with Diagrams in Architectural Design. **Artificial Intelligence Review**, Nova York, v. 15, n. 1-2, p. 135-149, 2001.

HEYLIGHEN, Ann. **In case of architectural design** - critique and praise of case-Based Design in architecture. 2000. 306 f. Tese (Doutorado em Ciências Aplicadas) – Departamento de Arquitetura, Katholieke Universiteit Leuven, Leuven, Bélgica, 2000.

HEYLIGHEN, Ann. (Learning from Experience)? Promises, Problems and Side-effects of Case-Based Reasoning in Architectural Design. **International Journal of Architectural Computing**, Brentwood, v. 1, n. 1, p. 60-70, 2003.

KOKOTOVICH, Vasilije. Problem analysis and thinking tools: an empirical study of non-hierarchical mind mapping. **Design Studies**, Kidlington, v. 29, n. 1, p.49-69, 2008.

LEGAY, Jean-Marie. **L'expérience et le modèle**. Paris: INRA, 1996.

LLOYD, P.; LAWSON, B.; SCOTT, P. Can concurrent verbalization reveal design cognition? **Design Studies**, Kidlington, v. 16, n. 2, p.237-259, 1995.

OXMAN, Rivka. Prior knowledge in design: a dynamic knowledge-based model of design and creativity. **Design Studies**, Kidlington, v. 11, n. 1, p. 17-28, 1990.

\_\_\_\_\_. The thinking eye: visual re-cognition in design emergence. The thinking eye: visual re-cognition in design emergence. **Design Studies**, Kidlington, v. 23, n. 2, p. 135-164, 2002.

RECH, Magali; BONNARDEL, Nathalie. Les objets - sources d'inspiration dans les activités de conception. LES OBJETS EN CONCEPTION, 1., Paris, 1997. **Proceedings...** Paris: Europa, p. 57-71, 1998.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Imagem**: Cognição, Semiótica e Mídia. São Paulo: Iluminuras, 1998.



SCHÖN, Donald A. **The reflective practitioner**: how professionals think in action. Massachusetts: Basic Books, 1983.

ZAFER, Bilda. An insight on designers' sketching activities in traditional versus digital media. **Design Studies**, Kidlington, v. 24, n. 1, p. 27-50, 2003.

## **AVALIAÇÃO**

Apresentação e debate de artigos ou capítulos de livro propostos pela disciplina; elaboração de artigo incluindo os principais conceitos trabalhados em aula, com a proposição de novos pontos de vista sobre o(s) tema(s) escolhido; participação nas discussões propostas.

## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Seminário III – Estética e Cultura Contemporânea**

Semestre: 2008/1

Carga horária: 30h-a

Créditos: 02

Área temática: DESIGN

Código da disciplina: 097161

Requisitos de matrícula:

Professores: Fábio Pezzi Parode

Gustavo Daudt Fischer

## EMENTA

A atividade acadêmica analisa a estética da sociedade de consumo pós-industrial no contexto cultural contemporâneo, desvelando alguns processos sócio-culturais da produção estética na arte atual, tal como o fenômeno da desmaterialização e da efemeridade das obras.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Teorias estéticas, cultura contemporânea e História do Design.

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ADORNO, T. W. **Teoria Estética**. Lisboa: Ed. 70, 1970.

ADORNO, T. W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zaar, 1985.

BAUMAN Z. **Globalização: as conseqüências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zaar, 1999.

BENJAMIN, W. **A Obra de Arte na Época de suas Técnicas de Reprodução**. São Paulo: Abril Cultural, 1983. Coleção Os pensadores.

BURDEK, Bernhard. **Design: história, teoria e prática do design de produto**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

CARDOSO, R. **Uma Introdução à História do Design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

ECO U. **História da Beleza**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

FLUSSER V. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosacnayf, 2007.

JIMENEZ M. **O que é estética?** São Leopoldo: Unisinos, 1999 .

STANGOS, N. (Org.). **Conceitos da Arte Moderna**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ARGAN, G. C. **Arte Moderna**. São Paulo: Schwarcz, 1998.

BAUDRILLARD, J. **La Société de Consommation**: ses mythes, ses structures. Paris: Denoël, 1970.

BOURDIEU, P. **La noblesse d'état** : grandes écoles et esprit de corps. Paris: Les Éditions de Minuit, 1989.

CARDOSO, R. **Uma Introdução à História do Design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

DELEUZE, G. ; GUATTARI, F. **Kafka**: pour une littérature mineure. Paris : Éditions de Minuit, 1975.

FOSTER, H. **Recodificação**. Arte, espetáculo, política cultural. São Paulo: Casa Editorial Paulista, 1996.

FOUCAULT, M. **Surveiller et Punir**. Paris: Gallimard, 1975.

\_\_\_\_\_. **Il Faut Défendre la Société**: Cours au Collège de France (1976). Paris : Seuil/Gallimard, 1997.

\_\_\_\_\_. **Sécurité, Territoire, Population**: Cours au Collège de France (1977-1978). Paris : Seuil/Gallimard, 2004.

\_\_\_\_\_. **Naissance de la Biopolitique**: Cours au Collège de France (1978-1979). Paris : Seuil/Gallimard, 2004.

GULLAR, F. **Etapas da Arte Contemporânea**. São Paulo: Nobel, 1985.

HOLLIS, R. **Design Gráfico**: Uma História Concisa. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

HURLBURT, A. **Layout**: o design da página impressa. São Paulo: Nobel, 1986.

JANSON, H. W. **História da Arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

LEACH, E. **Cultura e Comunicação**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

LIPOVETSKY, G. **L'empire de L'éphémère**. Paris: Gallimard, 1987.

LICHTENSTEIN, J. (Org.). **A Pintura**: o desenho e a cor. São Paulo: Ed. 34, 2006. v. 9.

MARCUSE, H. **Éros et Civilisation**. Paris : Les Éditions de Minuit, 1963.

\_\_\_\_\_. **L'Homme Unidimensionnel**. Paris : Les Éditions de Minuit, 1968.

MEGGS, P. B. **A History of Graphic Design**. Nova York: John Wiley & Sons, 1998.

MICHAUD, Y. **L'art à L'état Gazeux**. Essai sur le triomphe de l'esthétique. Paris: Stock, 2003.

SANTAELLA, L. **A Teoria Geral dos Signos**. São Paulo: Pioneira, 2000.

## **AVALIAÇÃO**

Produção de monografia e apresentação de seminários.

## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Seminário VIII - Tópicos Especiais em Design Estratégico I –**

**Sistema-produto**

Semestre: 2009/1

Carga horária: 30h-a

Créditos: 02

Área temática: DESIGN

Código da disciplina: 097164

Requisitos de matrícula:

Professores: Celso Carnos Scaletsky; Fabio Pezzi Parode; Filipe Campelo Xavier da Costa; Gustavo Fischer; Gustavo Severo de Borba e Paulo Edison Belo Reyes.

## EMENTA

A atividade discute o conceito de sistema-produto: conjunto integrado de produtos, serviços e estratégias de comunicação que tanto um ator ou uma rede de atores (empresas, instituições, organizações sem fins lucrativos, etc.) concebem e desenvolvem para obter um conjunto de resultados desejados. Discussão de casos aplicados em empresas que utilizam diferentes estratégias para o desenvolvimento do sistema-produto e cadeia de valor nas empresas.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Análise do modelo de design proposto pelo politécnico de Milão;

Discussão do conceito de design management;

Avaliação teórica dos principais métodos de design estratégico.

## BIBLIOGRAFIA BÁSICA

BORJA DE MOZOTA, Brigitte. **Design management**. New York: Allworth, 2003.

BEST, K. **Design management**. London: United Kingdom AVA Academy, 2006.

CELASCHI, F.; DESSERTI, A. **Design e innovazione**. Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Milano: Italy Carocci, 2007.





## **AVALIAÇÃO**

Participação em aula; produção de trabalho individual, de 3 a 6 páginas, apresentando a comparação das visões dos autores estudados.