

### **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

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

Semestre: 2011/1

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática:

Código da disciplina: 097159

Requisitos de matrícula:

Professor: Prof. Dr. 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**

- Primeiras Discussões - Apresentação dos principais temas da disciplina e início de uma investigação.
- Cultura e Projeto - Sendo o tema da disciplina "Cultura do Projeto" será proposto uma discussão do conceito de cultura, de artificial em oposição ao natural, investigando a pertinência ou não dessa divisão. Como referência principal será trabalhado o livro de Herbert A. Simon, o fundador do que hoje é conhecido como Ciências do Artificial.
- Projeto e Cultura - Dando continuidade a compreensão do tema da disciplina, será discutido o conceito de projeto enquanto potencializador de algo que não existe no tempo e que poderá nunca existir.
- Representação - Representação pode ser entendida como o ato de criar algo que está no lugar do outro. Será investigada a dimensão cognitiva presente no ato da representação.

- Imagem - Ao longo de todo o processo de projeto, imagens participam ativamente enquanto geradoras de novas idéias, seja como as próprias idéias do conceitor. Imagem que representa algo, imagem que se tem de alguém e raciocínios visuais são alguns dos temas que serão tratados.
- Referências, Raciocínio por Analogia e Conceitos - Imagens, desenhos, odores, textos ou mesmo sons podem funcionar como elementos de referências ao processo criativo no design. Como as referências participam desse processo é o tema desse módulo da disciplina.

### **BIBLIOGRAFIA**

BUCHANAN, R.; MARGOLIN, V. (ed.). *The Idea of Design*. Cambridge: MIT, 2000.

BÜRDEK, B. E. *História, Teoria e Prática do Design de Produtos*. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

DURAND, G. *O Imaginário*. Traduzido para o português por René Eve Levié do original "L'Imaginaire", Hatier, 1994. Rio de Janeiro: BCD, 2001. Coleção Enfoques.

MAURI, F. *Progettare Progettando Strategia il Design del Sistema Prodotto*. Milão: Dunod, 1996.

MORAES, D. *Análise do design brasileiro*. São Paulo: Edgar Blücher, 2006.

NOVAK, J. D.; CAÑAS, A. *The Theory Underlying Concept Maps and How to Construct Them*. Pensacola, Florida: Institute for Human and Machine Cognition, 2006.

OSTROWER, F. *Criatividade e processos de criação*. Rio de Janeiro: Vozes, 2004

OXMAN, E. Think-Maps: teaching design thinking in design education. *Design Studies*, Oxford, v. 25, n. 1, p. 63-91, jan. 2004.

PEDROSA, I. *Da cor à cor inexistente*. Rio de Janeiro: Léo Christiano, 2002.

TROCCHIANESI, R. *Design & Identità territoriale*. Verso una nuova geografia dei segni. Milão: Politécnico, 2006.

### **AVALIAÇÃO**

- Apresentação e debate de artigos ou capítulos de livro propostos pela disciplina.
- Formulação de questões chave sobre os temas de cada aula, com as respostas correspondentes, seguindo a ficha modelo entregue pelos professores na aula inaugural do mestrado.

- Participação nas discussões propostas.
- Elaboração de artigo resumido incluindo os principais conceitos trabalhados em aula, com a proposição de novos pontos de vista sobre o(s) tema(s) escolhido.

### **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

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

Semestre: 2011/1

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática:

Código da disciplina: 97164

Requisitos de matrícula:

Professor: Prof. Dr. Guilherme Trez

### **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**

- Design Estratégico
- Design e sustentabilidade
- Design management Design process
- Design de serviços e de experiências
- Design de comunicação
- Design e emoção
- Design Aplicado ao Território

### **BIBLIOGRAFIA**

ARNOLD, J. E. Useful Creative Techniques. In: PAMES, S. J.; HARDING, H. F. (ed.). *Source Book for Creative Thinking*. New York: Charles Scribner's Sons, 1962. p. 251-268.

BARBIERI, J. C. *Organizações Inovadoras*. São Paulo: FGV, 2003.

BRAZI A. *Il Design Italiano 1964-1980*. Milano: Electa, 1996.

BUCHANAN, R.; MARGOLIN, V. (ed.). *The idea of design: a Design Issues reader*. Cambridge, Mass.: Mit, 1990.

CHIAPPONI, M. *Cultura sociale del prodotto*. Nuove frontiere per il disegno industriale. Milano: Feltrinelli, 1999.

CHRISTENSEN, C. *O dilema da inovação*. São Paulo: Makron, 2001.

KELLEY, T.; LITTMAN, J. *A Arte da Inovação*. São Paulo: Futura, 2003.

LISBETH S. Case study methods in design management research. *Design Studies*, Oxford, v.14 n.4, p. 444-456, oct. 1993.

MANZINI E.; COLLINA L.; EVANS E. *Solution oriented partnership: how to design industrialized*. Bedfordshire, UK: Cranfield University, 2004.

MITCHELL, T. C. *New Thinking in Design: conversation on theory and practice*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1996.

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.

ZURLO, F. *Un modello di lettura per il Design Strategico*. La relazione tra design e strategia nell'impresa contemporanea. 1999. Tese (Doutorado de Pesquisa em Desenho Industrial) - Dipartimento di disegno industriale e di tecnologia dell'architettura. Politecnico di Milano, Milano, Itália, 1999.

### **AVALIAÇÃO**

Elaboração de um ensaio teórico que analisa criticamente tópicos trabalhados na disciplina a partir da literatura indicada (5 a 7 páginas). Estrutura de artigo científico.

Participação em aula.

### **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Oficina II – Planejamento e Simulação de Cenários

Semestre: 2011/1

Carga horária total: 30h

Créditos: 2

Área temática:

Código da disciplina: 97178

Requisitos de matrícula:

Professor: Prof. Dr. Paulo Edison Belo Reyes

### **EMENTA**

Discute a importância do planejamento de cenários alternativos para a construção de estratégias organizacionais bem sucedidas. Serão analisados os princípios do planejamento de cenários - teorias de estratégia e as práticas de planejamento por cenários - contribuições de Heidjen, Senge, De Geus. Será dada ênfase ao projeto de cenários e à utilização da simulação computacional para a construção de modelos para apoio à tomada de decisão. Por fim, dar-se-á ênfase ao processo de aprendizagem organizacional obtido a partir da prática de simulação de cenários.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Identidade
- Cenários
- Complexidade
- Sistemas
- Epistemologia
- Metodologia
- Aplicação do método

### **BIBLIOGRAFIA**

DE GEUS, A. *A Empresa Viva*. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

EASTERBY-SMITH, M.; BURGOYNE, J.; ARAUJO, L. *Aprendizagem organizacional e organização de aprendizagem*: desenvolvimento na teoria e na prática. São Paulo: Atlas, 2001. 301p.

HEIJDEN, K. *Planejamento de cenários*: a arte da conversação estratégica. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOLLOCKS, B. A well-kept secret? Simulation in manufacturing industry reviewed. *OR Insight*, Basingstoke, v. 5, n. 4, p. 12-17, out./dez. 1992.

KOLB, D. A gestão e o processo de aprendizagem. In: STARKEY, K. (org.). *Como as organizações aprendem*: relatos do sucesso das grandes empresas. São Paulo: Futura, 1997. p. 321-341.

LAW, A.; KELTON, D. *Simulation Modelling and Analysis*. New York: McGraw-Hill, 1991.

MORGAN, G. *Imagens da organização*. São Paulo: Atlas, 1996.

PIDD, M. *Modelagem Empresarial*: ferramentas para tomada de decisão. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998. 314p.

RUAS, R. *Os novos horizontes de gestão*: aprendizagem organizacional e competências. Porto Alegre: Bookman, 2004.

SENGE, P. *A quinta disciplina*: arte, teoria e prática da organização de aprendizagem. São Paulo: Best-Seller, 1990. 352p.

## **AVALIAÇÃO**

Consideraremos os seguintes aspectos para efeito de avaliação da disciplina:

- Apresentação e debate de artigos ou capítulos de livro propostos pela disciplina;
- Formulação de questões chave sobre os temas de cada aula;
- Participação nas discussões propostas;
- Elaboração de artigo final (individual ou dupla), incluindo os principais conceitos trabalhados em aula, com a proposição de novos pontos de vista sobre o(s) tema(s) escolhido.

### **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Seminário III – Estética e Cultura Contemporânea

Semestre: 2011/1

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Código da disciplina: 97161

Professor: Fábio Parode

### **EMENTA**

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

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Campo sociocultural
- Campo antropológico
- Campo sociológico
- Culturas diversas
- Design e filosofia
- Campo da estética e pós-modernidade
- Estética e política

### **BIBLIOGRAFIA**

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

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

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

BENJAMIN, W. *A Obra de Arte na Época de suas Técnicas de Reprodução*. S. P.: Abril Cultural, 1983. Col. Os pensadores.



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

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

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

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

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

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

FOUCAULT, M. *Sécurité, Territoire, Population: Cours au Collège de France*. (1977 – 1978.) Paris: Seuil / Gallimard, 2004.

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

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

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

MARCUSE, H. *L'Homme Unidimensionnel*. Paris: Minuit, 1968.

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

## **AVALIAÇÃO**

### **Seminários**

Preparação dos Seminários-síntese 1 e 2

### **Trabalho escrito:**

**1. Monografia em formato de artigo científico** que aborde tópicos tratados na disciplina em articulação com os interesses de pesquisa do aluno.

### **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design  
Disciplina: Seminário II – Sociedade de Consumo  
Semestre: 2011/1  
Carga horária: 30h  
Créditos: 02  
Área temática: Design Estratégico  
Código da disciplina: 97158  
Professor: Prof. Dr. Filipe Campelo Xavier da Costa

### **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
- Papel dos bens
- Tribos
- Psicologia comportamental e cognitiva: Comportamento Social

### **BIBLIOGRAFIA**

BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (org.). *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

BARROS, C. Marketing e etnografia: um levantamento em journals dos anos 80 e 90. In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 26., 2002, Salvador. Anais... Salvador: ANPAD, 2002.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. *O Mundo dos Bens: para uma antropologia de consumo*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

FALK, P.; CAMPBELL, C. *The Shopping Experience*. London: Sage, 1997.

McCRACKEN, G. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v.47, n.1, p. 99-115, jan./mar. 2007.

MOTTA, P. C.; CARVALHO, J. L. F. S. Experiências em cenários temáticos de serviço. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 42, n.2, p. 54-65, abr./jun. 2002.

PULLMAN, M. E.; GROSS, M. A. Welcome to your experience: where you can check out anytime you'd like, but you can never leave. *Journal of Business and Management*, v. 9, n.3, p. 215-232, summer 2003.

ROCHA, Â.; ROCHA, E. 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, jan./mar. 2007.

ROCHA, E.; BARROS, C. Dimensões culturais do marketing: teoria antropológica, etnografia e comportamento do consumidor. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v.46, n.4, p.36-47, out./dez. 2006.

SOLOMON, M. *Comportamento do Consumidor*. Porto Alegre: Bookman, 2004.

WAKERFIELD, K. L.; BLODGETT, J. G. Customer responses to intangible and tangible factors. *Psychology & Marketing*, v. 16, n.1, p. 51-68, 1999.

WESTBROOK, Robert; OLIVER, Richard. The dimensionality of consumption emotion patterns and consumer satisfaction. *Journal of Consumer Research*, Chicago, v. 18, n.1, p. 84-91, 1991.

## **AVALIAÇÃO**

O processo de avaliação é composto por quatro elementos: participação nas discussões a partir das leituras exigidas, apresentação dos seminários, identificação dos conceitos centrais dos textos discutidos 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. O artigo deverá ter de 10 a 15 páginas, com fonte Times New Roman 12 e espaçamento 1,5, segundo o modelo (*template*) disponibilizado pelo curso. Sua entrega deverá ser realizada até o dia 15 de julho em duas cópias impressas e deve ser feita na Secretaria do Mestrado.

A frequência mínima para a aprovação é de 75% (8 de 10 encontros).

### **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Seminário IV - Processos de Estratégia e Inovação

Semestre: 2011/1

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática:

Código da disciplina: 97162

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**

Conceitos de inovação

Processos de inovação – modelos de economias industrializadas

Gestão da inovação

Sistemas nacionais de inovação e referenciais

Organizações inovadoras: Casos nacionais

Organizações inovadoras: Casos internacionais

Design Thinking

Design Driven Innovation

Strategic Design

### **BIBLIOGRAFIA**

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

CONDE, M.; CREMONINI, T. Modelos e Concepções de Inovação: a transição de paradigmas, a reforma da C&T brasileira e as concepções de gestores de uma instituição pública de pesquisa em saúde. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p. 727-741, 2003.

DOSI, G. The nature of innovative process. In: DOSI, G. et al. (ed.). *Technical Change and Economic Theory*. London: Printer, 1988. p. 221-238.

DOSI, G. Technological paradigms and technological trajectories: a suggested interpretation of the determinants and directions of technical change. *Research Policy*, Amsterdam, v. 11, n. 3, p. 147–162, june 1982.

DOSI, G. *Knowledge Accumulation and Industry Evolution the Case of Pharma-Biotech*. Cambridge: Cambridge University, 2006.

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*, London, 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*, v. 42, n.1, p. 12-27, 2005.

NELSON, R. *National Innovation Systems: a comparative study*. Nova York: Oxford University, 1993.

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

ZURLO, F. et al. *Innovare con il design. Il caso del settore dell'illuminazione in Italia*. Milano: Il Sole24 Ore, 2002.

ZURLO, F. Un modello di lettura per il Design Strategico. La relazione tra design e strategia nell'impresa contemporanea. 1999. Tese (Doutorado de Pesquisa em Desenho Industrial) - Dipartimento di disegno industriale e di tecnologia dell'architettura. Politecnico di Milano, Milano, Itália, 1999.

## **AVALIAÇÃO**

O processo de avaliação é composto por quatro elementos: participação nas discussões a partir das leituras exigidas, apresentação dos seminários, construção de resenhas e o desenvolvimento de trabalho aplicado.