

## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Oficina I – Metodologia de Pesquisa em Design Estratégico

Semestre: 2011/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97177

Professor: Prof. Dr. Paulo Reyes

## EMENTA

Alternativas metodológicas nos processos de design estratégico. Métodos e procedimentos de pesquisa em projeto. Viabilidade das metodologias que tenham a criatividade como princípio.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Epistemologia, metodologia

Positivismo

Fenomenologia

Estruturalismo

Pensamento Sistêmico

Problema de Pesquisa e Objetivos

Pesquisa de Vertente Quantitativa

Amostra e Amostragem

Survey

Experimentação

## BIBLIOGRAFIA

BARTHES, R. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

\_\_\_\_\_. **A Aventura Semiológica**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2001.

CELASCHI, F.; TROCCHIANESI, R. (orgs.). **La Cultura Del Progetto Nella Valorizzazione Del Bene Culturale**. Milão: POLI.design, 2004.

COMTE, A. **Discurso sobre o espírito positivo**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

ECO, U. **Como se faz uma tese.** Rio de Janeiro: Perspectiva, 2003.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2002.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas.** São Paulo: Atlas, 2007.

MOREIRA, D. A. **O Método fenomenológico na pesquisa.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

MORIN, E. **Introdução ao Pensamento Complexo.** Porto Alegre: Sulina, 2005.

\_\_\_\_\_. **Problema Epistemológico da Complexidade.** Lisboa: Publicações Europa-América. 1996.

PICCINNO, G. (org.). **Design e Território.** Milão: Abitare Segesta, 2004.

REYES, P; TROCCHIANESI, R. Cultura e Território. In: PREFEITURA DE SÃO LEOPOLDO; UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS; POLIDESIGN - CONZORCIO DEL POLITECNICO DI MILANO. (org.). Valorizar São Leopoldo: projeto de marketing territorial e design para valorização dos bens culturais. São Leopoldo: Unisinos, 2006. Relatório de Pesquisa.

SANTAELLA, L. **Semiótica Aplicada.** São Paulo: Thomson Pioneira, 2002.

SCHÖN, D. **Educando o profissional reflexivo: um novo design para o ensino e a aprendizagem** Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 2000.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Pesquisa Qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada.** Porto alegre: Artmed, 2008.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

## **AVALIAÇÃO**

A avaliação será feita a partir do artigo final.

O artigo final deve apresentar a escolha de pesquisa do aluno, demonstrando os instrumentos epistemológico, metodológico e instrumental (de coleta e análise, definidos durante a disciplina). Esse artigo deverá apresentar a proposta metodológica da dissertação.

## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Oficina III – Gestão de Projetos

Semestre: 2011/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97179

Professor: Prof. Dr. Guilherme Trez

## EMENTA

A atividade busca apresentar os principais elementos a serem considerados no processo de gestão de projetos de design na organização. Inicialmente, discute-se a importância estratégica da gestão de projetos e seus principais conceitos. A partir da base teórica, são apresentados casos de projetos relacionados a design para discussão e construção de um método de gestão de projetos.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Visão geral sobre o processo de Desenvolvimento de Novos Produtos (DNP)

Dimensões de organização e estrutura de projetos orientados pelo design

Organização e conhecimento em gestão de projetos

Gestão de Projetos

Projetos de inovação em serviços

Projetos de novos produtos e criatividade

Processo de DNP

Projeto e Relações interfuncionais

Inovação de produto e Relações Interfirmas

Pesquisa em Gestão de Projetos e de DNP

## BIBLIOGRAFIA

GOLDRATT, E. **Corrente crítica**. 1. ed. São Paulo: Nobel, 1998. 259 p.

KEELLING, R. **Gestão de projetos**: uma abordagem global. São Paulo: Saraiva, 2002. 293p.

KERZNER, H. **Gestão de projetos:** as melhores práticas. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006. 821 p.

KERZNER, H. **Using the Project Management Maturity Model:** strategic planning for project management, 2nd ed. Hoboken, New Jersey: John Wiley and Sons, 2005.

MEREDITH, J. **Project management:** a managerial approach. New York: John Wiley & Sons, 2000.

ORR, A. **Advanced Project Management.** London: Kogan Page, 2004.

PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE. **A Guide to the Project Management Body of Knowledge.** Philadelphia, 2004.

## **AVALIAÇÃO**

Participação em aula – 15% / Condução de seminário – 15% / Artigo – 80%

## **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Oficina IV - Construção e Representação de Referências e Conceitos de Projeto em Ambiente Computacional através de Mapas Conceituais

Semestre: 2011/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97173

Professor: Celso Carnos Scaletsky

## **EMENTA**

Esta atividade busca discutir diversas metodologias utilizadas para a construção e representação de modelos que representam o contexto de um projeto – essencialmente gráfico-textuais – e passam, necessariamente, pela articulação de referências como elementos que favorecem raciocínios analógicos e a pela construção de conceitos de projeto. Nesta oficina, serão elaborados exercícios de projeto abordando técnicas e metodologias de representação de referências e conceitos em um ambiente computacional. Será dada maior ênfase à criação de Mapas Conceituais que auxiliem na definição de cenários de projeto que estimulem a aparição de novas idéias.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Discussão sobre o método

Briefing e Contrabriefing

Brainstorm e Mapas Conceituais

Blue sky

Moodboard e Personas

Storyboard

Pesquisas Contextuais – Análise SWOT e Matriz BCG

Construção de Cenários

Concept

Seminário de encerramento

## BIBLIOGRAFIA

- BOUTINET, J. **Anthropologie du projet**. 3e ed. Paris: PUF, 1993.
- BONNARDEL, N; RECH, M . Les objets - sources d'inspiration dans les activités de conception. In: TROUSSE, B.; ZREIK, K. **Les Objets en Conception**, 01Design'97. Paris: Europaia, 1998. p.57-71.
- BORILLO, M.; GOULETTE, J. **Cognition et création**. Hayen: Mardaga, 2002.
- BUCHANAN, R.; MARGOLIN, V. (ed.). **The idea of design**. Cambridge: MIT, 2000.
- DELAGE, C.; MARDA, N. Concept Formation in a Studio Projet. In: PEARCE, Martin; TOY, Maggie. **Educating Architects**. New York: ACADEMY, 1995. p.65-67.
- DELEUZE, G. Qu'est-ce que l'acte de création. **Trafic número**, Paris, n. 27, p.133-142, 1998.
- DURAND, G. **O Imaginário**. Rio de Janeiro: BCD, 2001. Coleção Enfoques. Traduzido para o português por René Eve Levié do original "L'Imaginaire", Hatier, 1994.
- GOLDSCHMIDT, G. Visual display for design: imagery, analogy and databases of visual images. In: KOUTAMANIS, A.; TIMMERMANS, H.; VERMEULEN, I. **Visual Databases in Architecture**. Califórnia: Averbury, 1995. p. 53-74.
- LÉGLISE, M. Ordinateurs dans l'apprentissage de la conception: mental et instrumental . In Anais de eCAADe'98, 1998, Paris. **Anais...** Paris: EAPVM, 1998. p.138-145.
- MARDA, N. La pensée visuelle dans la conception. **STOA**, Louvain-la-Neuve, n. 2, p. 42-53, 1997.
- NOVAK, J.; CAÑAS, A. **The Theory Underlying Concept Maps and How to Construct Them**. Pensacola: Florida Institute for Human and Machine Cognition, 2006.
- OXMAN, R. Think-Maps: teaching design thinking in design education. **Design Studies**, London, v. 25, n. 1, p. 63-91, 2004.
- 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; resenhas (5) dos temas trabalhados em aula; 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: **Oficina V – Etnografia Aplicada ao Design**

Semestre: **2011/2**

Carga horária: **30h**

Créditos: **02**

Área temática:

Código da disciplina: 97175

Requisitos de matrícula:

Professor: Prof. Dr. Leandro Tonetto

## EMENTA

A atividade propõe o estudo de metodologias etnográficas aplicadas ao design. Pretende-se desenvolver estratégias metodológicas que propiciem o entendimento de produtos, processos e práticas de design no interior de contextos culturais específicos. Trata-se de entender o design em interação com o universo da cultura e com as vivências concretas de diversos atores sociais. Assim, colocam-se em discussão temas como cenários do consumo, paisagem urbana, processos produtivos, usos e materialidade dos objetos.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Problema de Pesquisa e Objetivos

Pesquisa de Vertente Qualitativa

Saturação em Pesquisa Qualitativa

Pesquisa Etnográfica

Pesquisa Ação

Estudo de Caso

Projeto de Pesquisa

## BIBLIOGRAFIA

ATKINSON, P.; HAMMERSLEY, M. **Etnografia**: métodos de investigación. Barcelona: Paidós, 1994.

BAZTÁN, A. A. (org.). **Etnografia**. Metodologia cualitativa en la investigación sociocultural. Barcelona: Boixareu Universitária, 1995.

CAIAFA, J. **Aventura das cidades**. Ensaios e etnografias. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

DE CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano**. As artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2000.

DELGADO, J. M.; GUTIÉRREZ, J. **Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales**. Madrid: Síntesis, 1995.

DEMESTRESCO, S. V. **Construção de Encenações**. São Paulo: SENAC-SP; EDUC, 2001.

LAPLANTINE, François. **A Descrição Etnográfica**. São Paulo: Terceira Margem, 2004.

LEITÃO, D. K.; LIMA, D. N. O.; MACHADO, R. P. (org.). **Antropologia e Consumo: Diálogos entre o Brasil e Argentina**. Porto Alegre: AGE, 2006.

OLIVEIRA, R. C. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 39, n. 01, p.13-37, 1996.

PEIRANO, Mariza. **A favor da etnografia**. Rio de Janeiro: Relumê-Dumará, 1995.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

BAUDRILLARD, J. **Sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1990.

MERLEAU-PONTY, M. **O olho e o espírito**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. Tradução de P. Moraes Filho.

ROCHA, E.; BARROS, C. Cultura, Mercado e Bens Simbólicos: notas para uma interpretação antropológica do consumo. In: TRAVANCAS, Isabel; FARIAS, Patrícia (orgs.). **Antropologia e Comunicação**. Rio de Janeiro: Garamond, 2003, p.181-208.

SANTOS, R. **Antropologia para quem não vai ser antropólogo**. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2005.

WINKIN, Yves. **A nova Comunicação: da teoria ao trabalho de campo**. Campinas, SP: Papirus, 1998.

#### **AVALIAÇÃO**

A avaliação será feita a partir do artigo final.

O Artigo final deve apresentar a escolha de pesquisa do aluno, demonstrando os instrumentos epistemológico, metodológico e instrumental (de coleta e análise, definidos durante a disciplina). Esse artigo deverá apresentar a proposta metodológica da dissertação.



## **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Oficina VI – Marketing Estratégico

Semestre: 2011/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97176

Professor: Prof. Dr. Filipe Campelo Xavier da Costa

## **EMENTA**

Esta atividade busca discutir os conceitos e as técnicas de marketing estratégico, bem como sua importância no contexto da administração estratégica. Para tanto, serão desenvolvidos temas como o papel do marketing no desenvolvimento da estratégia organizacional, a orientação para o mercado, a concepção de estratégias de marketing e sua implementação.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Estratégia direcionada para o Mercado e Design

Comportamento do Consumidor e Processo Decisório de Compra

Influências sobre o Consumidor

Atitudes

Experiência de Consumo

Design para Experiência

Experiência: Projeto e Atmosfera

Design e Emoção

Metodologias de Pesquisa

## **BIBLIOGRAFIA**

AAKER, D. **Administração estratégica de mercado**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001, 323 p.

BESANKO, D. **A economia da estratégia**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

DAY, G. **A empresa orientada para o mercado**. Porto Alegre: Bookman, 2001. 265 p.

DAY, G. The capabilities of market-driven organizations. **Journal of Marketing**, Chicago v.58, n. 4, p. 37-52, Oct. 1994,.

DAY, G., MONTGOMERY, D. Charting new directions for marketing. **Journal of Marketing Research**, Chicago, v. 63, Special Issue, p. 3-13, 1999.

HOOLEY, G.; SAUNDERS, J.; PIERCY, N. **Estratégia de marketing e posicionamento competitivo**. 3. ed. São Paulo: Pearson Prentice-Hall, 2005.

LAMBIN, J. **Marketing estratégico**. 4. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2000.

MALTZ, E.; KOHLI, A., Reducing Marketing's Conflict With Other Functions: the differential effects of integrating mechanisms. **Journal of the Academy of Marketing Science**, London, v. 28, n. 4, p. 479-492, 2000.

MENON, A.; BHARADWAJ, S, ADIDAM, P.; EDISON, S. Antecedents and consequences of marketing strategy making: a model and a test. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 63, n. 2, p. 18-40, Apr. 1999.

URDAN, A.; ROCHA, A. Orientação para o mercado: origens, avanços e perspectivas. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.46, n.2, p. 55-60, abr-jun 2006.

VARADARAJAN, P. Marketing's Contribution to the Strategy Dialogue: the view from a different looking glass. **Journal of the Academy of Marketing Science**, London, v. 20, p. 335-343, Fall 1992.

VARADARAJAN, P.; JAYACHANDRAN, S. Marketing strategy: an assessment of the state of the field and outlook. **Journal of the Academy of Marketing Science**, London, v. 27, n. 2, p. 120-143, 2000.

VARADARAJAN, P.; JAYACHANDRAN, S. & WHITE, J. Strategic interdependence in organizations: deconglomeration and marketing strategy. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 65, n. 1, p. 15-28, January 2001.

## **AVALIAÇÃO**

### **O processo de avaliação é composto por 2 aspectos:**

Pesquisa de campo e apresentada sob forma de artigo científico em até 15 páginas (60%).

Entrega até o dia 03/12

Prova Escrita em aula

## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Seminário VII - Processos midiáticos e culturas urbanas

Semestre: 2010/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97160

Professor: Profa. Dra. Ione Bentz

## EMENTA

Serão examinadas as articulações entre os processos midiáticos e os fenômenos urbanos (as tribos e as linguagens urbanas, as formas de sociabilidade, as alterações morfológicas e os modos de ocupação hoje vigentes no espaço da cidade). Trata-se, assim, de construir uma análise do contexto urbano avaliando seu impacto para a criação de uma identidade cultural que pode ser apropriada pelo design para a geração de novos bens de consumo.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Mídia, midiatização e processos midiáticos

Mediações e culturas urbanas

Mediações e culturas

Mídia e comunicação tecnológica

## BIBLIOGRAFIA

BOU, L. Street Art. **Graffiti, stencils, stickers, logos**. Barcelona: Instituto Monsa de Ediciones, 2005.

BRISSAC-PEIXOTO, N. **Paisagens Urbanas**. São Paulo: SENAC, 2004.

CANEVACCI, M. **Culturas extremas**. Mutações juvenis nos corpos das metrópoles. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

COUTINHO, G; VÁZQUEZ, E. Imagens de uma cidade. **Cadernos de Antropologia e Imagem**, Rio de Janeiro, v.10, n.1, p. 103-124, 2000.

DE CERTEAU, M. **A Invenção do Cotidiano**: 1, artes de fazer. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

\_\_\_\_\_; GIARD, L.; MAYOL, P. **A Invenção do Cotidiano**: 2, morar, cozinhar. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

FERRARA, L. **Design em Espaços**. São Paulo: Rosari, 2002.

FURTADO, B. **Imagens Eletrônicas e Paisagem Urbana**: intervenções espaço-temporais no mundo da vida cotidiana - comunicação e cidade. Rio de Janeiro: Relumé Dumará, 2002.

GOMES, R. A cidade como arena da multiculturalidade. **Revista eletrônica e-compós**, edição 01, p. 1-15, dez. 2004. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/e-compos>>. Acesso em: 03 jul. 2011.

ORLANDI, E. (org.). **Cidade Atravessada**: os sentidos públicos no espaço urbano. Campinas: Pontes, 2001.

PRYTHON, A. **Imagens da Cidade**: espaços urbanos na comunicação e cultura contemporâneas. Porto Alegre: Sulina, 2006.

RENNÓ, R. A cidade das marcas: marca da cidade. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 26., 2003, Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2003. 13 p. [CD ROM]

SILVA, R. Da cidade-fluxo à cidade do possível. In: Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), 11., 2002, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ECO:UFRJ, 2002. 13 p. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/pagina.php?menu=8&mmenu=0&fcodigo=746>>. Acesso em: 04 jul. 2011.

SILVEIRA, F. **Situacionalidades Televisivas**: comunicação, consumo e cultura material. 2002. 288 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) -- Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2008.

## AVALIAÇÃO

### A avaliação será realizada através de três itens:

1. leitura dos textos e participação nas aulas
2. entrega de produção escrita semanal de: **a)** questões-problema motivadas pelo texto de aula e **b)** questões contextualizadas motivadas pelo seu projeto de dissertação (tema+problema de pesquisa).
3. entrega de artigo em data a ser estipulada pela coordenação do programa conforme as normas praticadas nas demais disciplinas do programa.

## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

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

Semestre: 2011/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: DESIGN

Código da disciplina: 097155

Requisitos de matrícula:

Professores: Prof. Dr. Carlo Franzato

## EMENTA

Esta atividade será orientada para o desenvolvimento de conceitos inovadores 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

Construção de um workshop

O problema de design

Estruturação do briefing

Estruturação das pesquisas

Desenvolvimento das pesquisas

Apresentação dos resultados

Discussão dos resultados

## BIBLIOGRAFIA

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

BORJA DE MOZOTA, B. **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 durante o desenvolvimento da experiência projetual;

Elaboração por grupo de relatório da primeira etapa;

Estruturação de problema de pesquisa a ser enfrentado na segunda etapa (introdução com anotações metodológicas).

## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Laboratório de experimentação II - Experimentação em Design Estratégico – Território Produto

Semestre: 2011/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97156

Professor: Prof. Dr. Carlo Franzato

## EMENTA

Esta atividade será orientada para o desenvolvimento de conceitos inovativos aplicados ao território, baseados em briefs de projetos reais. Busca-se discutir aspectos relacionados à identificação de valores materiais e imateriais do território que possam alavancar o desenvolvimento sócio-econômico da cidade ou região. Serão analisados diferentes cenários, reconhecidos a partir da identidade local e consolidados em estratégias de design para o desenvolvimento sustentável e a construção de uma nova identidade.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Avaliação das pesquisas desenvolvidas

Brainstorming

Construção de cenários

Desenvolvimento do workshop

Desenvolvimento de conceitos de projeto

Apresentação dos resultados

Discussão dos resultados

## BIBLIOGRAFIA

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BRUSCO, S. Sistemi globali e sistemi locali. In: COSENTINO, Francesco; PYKE, Frank; SENGEMBERGER, Werner (ed.). **Le risposte locali alla reszione globale: il caso dell'Italia e dei suoi distretti industriali**. Bologna: Il Mulino, 1997.

CELASCHI, F; TROCCHIANESI, R. (org.). **Design & Beni culturali**: la cultura del progetto nella valorizzazione del bene culturale. Milão: Poli.design, 2004.

GIACOMO, B. **Distretti Industriali e Made in Italy**: le basi socioculturali del nostro sviluppo economico. Torino: Bollati Boringhieri, 1998.

GÜELL, J. **Planificación Estratégica de Ciudades**. Barcelona: Gustavo Gili, 1997.

HAIDER, D.; KOTLER, P.; REIN, I. **Marketing de Lugares**. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2006.

PICCINNO, G. (org.). **Design e Territorio**. Milão: Abitare Segesta, 2004.

REYES, P; TROCCHIANESI, R. Cultura e Território. In: PREFEITURA DE SÃO LEOPOLDO; UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS; POLIDESIGN - CONZORCIO DEL POLITECNICO DI MILANO. (org.). **Valorizar São Leopoldo**: projeto de marketing territorial e design para valorização dos bens culturais. São Leopoldo: Unisinos, 2006. Relatório de Pesquisa.

ZYGMUNT, B. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

## AVALIAÇÃO

Participação durante todo o processo de construção do workshop;

Elaboração por grupo de relatório da segunda etapa;

Elaboração de artigo a partir do problema de pesquisa estruturado na primeira etapa e enfrentado na segunda.