

### **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Estética e Cultura Contemporânea**

Semestre: **2014/2**

Carga horária: **30h**

Créditos: **02**

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108675

Professor: Prof. Dr. Fábio Pezzi Parode

Profa. Dra. Ione Maria Ghislene Bentz

### **EMENTA**

Análise da expressão da sociedade no contexto cultural contemporâneo, estudando os processos de construção estética e de manifestações culturais, nos paradigmas da arte e do design.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Teorias estéticas

Cultura contemporânea

História da arte e do design

Modernidade e pós-modernidade

Sociedade e crítica

### **BIBLIOGRAFIA**

ADORNO, T; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

BAUDRILLARD, J. **A transparência do mal: ensaios sobre fenômenos extremos**. São Paulo: Papyrus, 1990.

BOURDIEU, P. **As regras da arte**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

GEERTZ, C. **O saber local**. Rio de Janeiro: Vozes, 1997.

TOURAINÉ, A. **Após a crise**. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

LYOTARD, J-J. **O inumano: considerações sobre o tempo**. Lisboa: Editorial Estampa, 1989.

UMBERTO ECO. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1993.

### **AVALIAÇÃO**

1 - Seminários

- Apresentação de seminário em sala de aula com foco na crítica ou problematização de temas

2 - Trabalho Final:

- Formato de Artigo
- Foco nos temas da disciplina
- Aproveitamento de bibliografia indicada
- Tamanho: em torno de 12 laudas

### **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Experiência do Usuário**

Semestre: **2014/2**

Carga horária: **30h**

Créditos: **02**

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108681

Professor: Prof. Dr. Filipe Campelo Xavier da Costa

### **EMENTA**

Discussão do processo de construção da experiência do usuário com os artefatos de Design. Elementos constituintes da experiência a partir da perspectiva da psicologia cognitiva e ergonomia, com intuito de gerar insumos para o processo de projeto. Fornecimento de subsídios teóricos e metodológicos para análise, design e avaliação de projetos experienciais.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Experiência de consumo

Elementos da experiência

Experiência de produto

Design e Emoção

Teoria de appraisals

### **BIBLIOGRAFIA**

ARNOULD, Eric; PRICE, Linda. River magic: extraordinary experience and the extended service encounter. **Journal of Consumer Research**, 20, June 1993.

CARÙ, Antonella; COVA, Bernard. **Consuming experience**. Routledge, 2007.

COSTA, F. C. X.; SCALETSKY, C. C.; TONETTO, L. M. Designing for experience and public transportation: an emotional-driven project. **Anais... Cumulus Conference 2012 Proceedings**, Santiago, 2012.

CSIKSZENTMIHALY, Mihaly. **Finding flow: the psychology of engagement with everyday life**. Basic Books – HarperCollins Publishing, 1997.

DAGSTUHL. **Demarcating User experience Seminar – White Paper**, 2011. Disponível em: < <http://www.allaboutux.org/uxwhitepaper>> Acesso em: 26 de novembro de 2011.

DEMIR, Erdem; DESMET, Pieter; HEKKERT, Paul. Appraisal patterns of emotions in human-product interaction. **International Journal of Design**, v. 3, n. 2, 2009.

DESMET, Pieter; SCHIFFERSTEIN, Rick. **From floating wheelchairs to mobile car parks: A collection of 35 experience-driven design projects**. Eleven International Publishing, 2011.

FORLIZZI, J.; BATTARBEE, K. Understanding experience in interactive systems. In: **Proceedings of the 2004 conference on Designing interactive systems (DIS 04): processes, practices, methods, and techniques**. New York: ACM, 2005, p. 261-268.

HASSENZAHN, M.; TRACTINSKY, N. User Experience – a research agenda [Editorial]. **Behavior & Information Technology**, v. 25, 91-97, 2006.

OZKARAMANLI, D; DESMET, P. I Knew I Shouldn't, Yet I Did It Again! Emotion-driven Design as a Means to Motivate Subjective Well-being Interaction. **International Journal of Design**, v. 6, n. 1, 27-39, 2012.

PETERMANS, A.; JANSSENS, W.; VAN CLEEMPOEL, K. A holistic framework for conceptualizing customer experiences in retail environments. **International Journal of Design**, v. 7, n. 2, p. 1-18, 2013.

TONETTO, Leandro Miletto; COSTA, Filipe Campelo Xavier da. Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa. **Strategic Design Research Journal**, v. 4, n. 3, 2011.

TONETTO, Leandro Miletto. A perspectiva cognitiva no design para emoção: análise de concerns em projetos para a experiência. **Strategic Design Research Journal**, v. 5, n. 3, 2012.

TONETTO, Leandro Miletto; RENCK, Priscila STEIN, Lian Milnitsky. Cognição, Design e Consumo: A Racionalidade Limitada na Tomada de Decisão. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 2, p. 1 – 18, 2012.

VERHOEF, Peter C. et al. Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies. **Journal of Retailing**, v. 85, Issue 1, p. 31-41, 2009.

## **AVALIAÇÃO**

### **O processo de avaliação é composto por 3 aspectos:**

- Pesquisa de campo e apresentada sob forma de artigo científico.
- Prova
- Participação nas discussões e apresentação de projetos

## **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Instrumentos de Design Estratégico**

Semestre: **2014/2**

Carga horária: **30h**

Créditos: **02**

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108680

Professor: Prof. Dr. Celso Carnos Scaletsky

## **EMENTA**

Discussão do processo de projeto a partir dos modelos e instrumentos de design. Processos cognitivos envolvidos no uso de instrumentos projetuais e sua relação com métodos de Design Estratégico. Método e intuição no processo criativo.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

### 1. Discussão sobre o método

O que é um método de projeto? Conceito de modelo? Discute-se sobre alguns modelos e o conceito de estratégias de projeto.

### 2. Projeto enquanto Processo de tomada de decisões

Reflexão crítica sobre o processo de projeto enquanto um processo de tomada de decisões. Busca-se questionar a validade deste conceito, trabalhando-se com alguns instrumentos orientados para tanto, como o Briefing.

### 3. Pesquisas orientadas ao Contexto

Estabelece-se uma discussão do Conceito de Pesquisa Contextual, colocando o foco em alguns instrumentos.

### 4. Pesquisa Não Orientadas ao Contexto

Trata-se de uma pesquisa não orientada, fora do campo contextual, propõe-se a recolher uma série de pontos e indicativos úteis a um processo de inovação externo ao traçado natural definido pelo objeto do projeto.

## 5. Seminário de encerramento

Atividade final de síntese dos principais instrumentos trabalhados.

### **BIBLIOGRAFIA**

- CAUTELA, C. **Strumenti di design management**. Milão: FrancoAngeli, 2007.
- CELASCHI, F. & DESERTI, A. **Design e Innovazione** – Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci. 2007.
- CROSS, N.; CHRISTIAANS; DORST, K. **Analysing Design Activity**. Delft: Delft University of Technology, 1996.
- EASTMAN, C.; McCracken, M.; NEWSTETTER, W. **Design Knowing and Learning**. Atlanta: Georgia Institute of Technology, 2001.
- JONES, J. C. A method of systematic Design. In: JONES, J. C.; THORNLEY, D. G. **Conference on design methods: Papers presented at the Conference, 1962**. London: Pergamon, 1963.
- KOSKINEN, Ilpo et al. **Design Research Through Practice: From the Lab, Field, and Showroom**. Elsevier, 2011.
- LACERDA, André Pedroso de. **Pioneiros dos Métodos de Projeto (1962-1973): Redes na Gênese da Metodologia do Design**. Dissertação de Mestrado, Orientador: Júlio Carlos de Souza van der Linden, UFRGS, 2012.
- NOVAK, J.; CAÑAS, Alberto. **The Theory Underlying Concept Maps and How to Construct Them**. Pensacola, Florida Institute for Human and Machine Cognition, 2006.
- PASCHOALIN, Daniel Moraes. **O horizonte da conversação: concepções do processo projetual arquitetônico**. Dissertação de Mestrado sob orientação de Anja Pratschke, USP, 2012.
- PHILLIPS, P. **Briefing: a gestão do projeto de design**. São Paulo, Editora Blucher, 2008.
- RITTEL, H. W. J. On the Planning Crisis: System Analysis of the 'First and Second Generations'. **Bedriftskonomen**, v. 8, 1972.
- VAN DER HEIJDEN, Kees. **Planejamento de cenários**. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- KUMAR, Vijay. **101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization**. New Jersey: John Wiley & Sons, 2013.
- VISOCKY O'Grady, Jennifer. **A Designer's Research manual: succeed in design by knowing your client and what they really need**. Gloucester: Rockport, 2006.

WRIGHT, P.; KROLL, M. J.; PARNELL, J. **Administração Estratégica**. São Paulo: Atlas, 2007

### **AVALIAÇÃO**

Capacidade de expressão e reflexão sobre o temas discutidos em sala de aula, fundamentados nos artigos ou capítulos de livro propostos pela disciplina; elaboração de um artigo e de um pôster.



### **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Metodologia de Pesquisa em Design Estratégico II**

Semestre: **2014/2**

Carga horária: **30h**

Créditos: **02**

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108678

Professor: Prof. Dr. Leandro Miletto Tonetto e [Guilherme Correa Meyer](#)

### **EMENTA**

Técnicas de coleta de informações qualitativas e de dados quantitativos e suas aplicações à pesquisa em design estratégico. Fundamentos de mensuração, estatística descritiva e inferencial, bem como a Análise de Conteúdo.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Entrevistas em profundidade;
- Grupos focais;
- Observação Participante;
- Análise de Conteúdo;
- Fundamentos e Conceitos: Amostra e Amostragem;
- Escalas de Mensuração;
- Construção de questionários;
- Estatística Descritiva;
- Fundamentos de Estatística inferencial:
  - Teste-T;
  - Anova;
  - Qui-quadrado.

### **BIBLIOGRAFIA**

AAKER, D.; KUMAR, V.; DAY, G. **Pesquisa de Marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BAUER, M.W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2002.

BISQUERRA, R.; SARRIERA, J.; MARTÍNEZ, F. **Introdução à estatística: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS**. Porto Alegre: ArtMed, 2004.

DUARTE, R. Entrevistas em pesquisa qualitativas. **Educar**, Curitiba, n. 24, p. 213–225, Editora UFPR, 2004.

FONTANELLA, B.; RICAS, J.; TURATO, E. Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 24, n. 1, p. 17-27, 2008.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.

MORAES, R. Análise de Conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

WHYTE, W.F. **Sociedade de esquina: a estrutura social de uma área urbana pobre e degradada**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

#### **AVALIAÇÃO**

- Prova;
- Exercícios realizados em sala de aula.

### **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Processos de significação e comunicação**

Semestre: 2014/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108683

Professor: Profa. Dra. Ione Maria Ghislene Bentz

### **EMENTA**

Articulações entre os processos de significação e de comunicação, expressos nas linguagens verbais e visuais, e as metodologias de análise da dimensão simbólica dos significados, na produção em design em contextos de cultura da sociedade.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

1. "Do ponto de vista à produção de sentidos: um percurso metodológico"
2. "Processo de significação para projetos de design"
3. "A produção de sentidos: processos e mediações"
4. Interpretações: uma em múltiplas
5. Mitos: significados inspiradores
6. Mediações
7. Desconstrução, estratégia e criatividade
8. Teoria e prática
9. Realidade e significação
10. Iconicidade e retóricas
11. Discurso e poder simbólico

### **BIBLIOGRAFIA**

ECO, U. **Interpretação e superinterpretação**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

RODRIGUES, A. **Experiência, modernidade e campos dos media.** Disponível em:

[www.bocc.uff.br/pag/rodrigues-adriano-expcampmedia.pdf](http://www.bocc.uff.br/pag/rodrigues-adriano-expcampmedia.pdf)

WHIPP, R. Desconstrução criativa: estratégia e organizações. Disponível em:

[www.redalyc.org/pdf/1551/155115939009.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/1551/155115939009.pdf)

THIRY-CHERQUES, H. R. Pierre Bourdieu: a teoria na prática. Disponível em:

[www.scielo.br/pdf/rap/v40n1a03.pdf](http://www.scielo.br/pdf/rap/v40n1a03.pdf)

KRIPPENDORFF, K. The Dialogical Reality of Meaning e Discours and the Materiality of its Artifacts. **American Journal of Semiotics**, 2008-2011.

FONTANILLE, J. **Significação e visualidades.** Porto Alegre: Sulina, 2005.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso.** 6. ed. São Paulo: Loyola, 1996.

## **AVALIAÇÃO**

### **1- Seminários**

- Desempenho do grupo e participação individual (frequência e qualidade)

### **2 - Trabalho Final:**

- Formato de Artigo
- Foco nos temas da disciplina
- Aproveitamento de bibliografia indicada
- Tamanho: em torno de 12 laudas

### **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Processos de Inovação e Design**

Semestre: **2014/2**

Carga horária: **30h**

Créditos: **02**

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108677

Professor: Prof. Dr. Gustavo Borba

### **EMENTA**

Compreensão dos sistemas de inovação e seu impacto nas organizações, avaliando as características de uma organização inovadora e as diferentes metodologias de inovação orientadas pelo design.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

A atividade visa à compreensão dos processos de inovação 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.

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

Inovação Social

### **BIBLIOGRAFIA**

BROWN, Tim. **Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation**. HarperBusiness: First Edition edition, 2009.

Kim, L. **Da imitação à inovação**. A dinâmica do aprendizado tecnológico da Coreia, 2005. Editora Unicamp, 392p

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

**THE OXFORD handbook of innovation**. New York: Oxford, 2007. 656 p. ISBN 978-0-19-928680-5

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

VERGANTI, Roberto. **Design Driven Innovation**: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean. Harvard Business Press, 2009.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

Kim, L. Da imitação à inovação. A dinâmica do aprendizado tecnológico da Coreia. São Paulo: Editora Unicamp, 2005.

ESSLINGER, H. **A Fine Line**: How Design Strategies Are Shaping the Future of Business. Jossey-Bass, 2010.

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

**ORGANIZAÇÕES inovadoras: estudos e casos brasileiros**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

**TECNOLOGIA, aprendizado e inovação**: as experiências das economias de industrialização recente. Campinas UNICAMP, 2005. 503 p. ISBN 85-268-0701-3

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**, v. 8, n. 3, p. 727-741, 2003.

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

FREEMAN C. The National System of Innovation in historical perspective. **Cambridge Journal of Economics**, 1995.

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

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

ZURLO, F. **Un modello di lettura per il Design Strategico.** La relazione tra design e strategia nell'impresa contemporanea. Tese de Doutorado. Politecnico di Milano, 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 **(3)** e o desenvolvimento de artigo individual.

## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Redes de Projeto**

Semestre: 2014/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 108679

Professor: Prof. Dr. Carlo Franzato

## EMENTA

Criação de redes de projeto e o desenvolvimento de projetos colaborativos que envolvam presencial ou remotamente uma pluralidade de atores diversificados, focando nas contribuições da abertura do processo de design para a aprendizagem nas comunidades de prática, a elaboração estratégica nas organizações e a inovação na cadeia de valor.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- A abertura do processo de projeto para novas colaborações projetuais
- A sociedade em rede
- A empresa em rede
- Relações profissionais
- Colaboração com os usuários
- Participação das comunidades
- Desenvolvimento de novas ferramentas projetuais
- Novas tecnologias
- Open Design

## BIBLIOGRAFIA

SANDERS, E. B.; STAPPERS, P. J. Co-creation and the new landscapes of design. **CoDesign**, v. 4, n. 1, p. 5-18, 2008. Disponível em:

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15710880701875068#.UhEZ3NJWySo>

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra. p. 39-45; 57-60; 67-71; 107-113; 499-507; 533-560, 2009.

NORMANN, R.; RAFAEL, R. From Value Chain to Value Constellation: Designing Interactive Strategy. **Harvard Business Review**, n. 71, p. 65-77, 1993. [Ler até o começo de p. 74. Não é necessário aprofundar o caso "French Concessions"].



VERGANTI, R. **Design Driven Innovation**. Mudando as regras da competição: a inovação radical do significado do produto. São Paulo: Editora Canal Certo, p. 116-135; 138-156; 166-168, 2012.

VON HIPPEL, E. Development of products by lead users. In: VON HIPPEL, E. **Democratizing Innovation**. Cambridge: The MIT Press, 2005. p. 19-31. Disponível em: <http://web.mit.edu/evhippel/www/books.htm> [Não é necessário aprofundar "Innovation in Industrial Product User Firms", "Innovation in Libraries" e "Innovation among Hospital Surgeons"].

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade** | Comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. p. 61-81; 83-98.

VISSER, F. S.; STAPPERS, P. J.; VAN DER LUGT, R.; SANDERS, E. B. Contextmapping: experiences from practice. **CoDesign**, v. 1, n. 2, 2005, p. 119-149 [Não é necessário aprofundar os apêndices].

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência**: O futuro do pensamento na era da informática. Lisboa: Instituto Piaget, 1992. p. 173-190; 219-221; 235-248.

DE MUL, J. Redesigning design. In: VAN ABEL, B. et al. (Org.). **Open Design Now: Why Design Cannot Remain Exclusive**. Amsterdam: BIS publishers, 2011. Disponível em: <http://opendesignnow.org/index.php/article/redesigning-design-jos-de-mul/>

AVITAL, M. The generative bedrock of open design. In: VAN ABEL, B. et al. (Org.). **Open Design Now: Why Design Cannot Remain Exclusive**. Amsterdam: BIS publishers, 2011. Disponível em: <http://opendesignnow.org/index.php/article/the-generative-bedrock-of-open-design-michel-avital/>

## **AVALIAÇÃO**

- Participação proativa nas discussões propostas.
- Resenha de um texto discutido em aula. A resenha deverá ser entregue impressa no mesmo dia da discussão do texto.
- Elaboração de artigo com proposição de reflexões originais sobre as redes de projeto, com base nos conteúdos e nos textos discutidos em aula.

## IDENTIFICAÇÃO

### Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Sociedade de Consumo**

Semestre: **2014/2**

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97158

Professor: Prof. Dr. Filipe Campelo Xavier da Costa

## EMENTA

A sociedade de consumo e seus efeitos sobre a formação do consumidor. Análise dos estudos referentes à cultura do consumo, bem como suas relações com a construção de estratégias de design.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Modernidade e Hipermodernidade
- Sociedade de consumo
- Papel dos bens
- Tribos

## BIBLIOGRAFIA

APPADURAI, Arjun. Mercadorias e a política de valor. In: APPADURAI, A. (Org.). **A vida social das coisas – as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: EdUFF, 2008, p.15-88.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Sao Paulo: Zahar, 2004.

BELK, Russel W. Studies in the new consumer behavior. In.: **Acknowledging consumption** (Ed. Daniel Miller). London: Routledge, 1995.

BELK, Russel W. Sharing. **Journal of Consumer Research**, v. 36, 2010.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. p.31-139.

CASTILHOS, Rodrigo; ROSSI, Carlos Alberto. Subindo o morro: consumo, posição social e distinção entre famílias de classes populares. In: ROCHA, Angela; SILVA, Jorge Ferreira (Org.). **Consumo na base da pirâmide: estudos brasileiros**. Rio De Janeiro: Mauad, 2009.

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

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

BAUMAN, Zygmunt. **Vida Para Consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

COVA, Bernard; COVA, Veronique. Tribal aspects of postmodern consumption research: the case of French in-line roller skaters. **Journal of Consumer Behavior**, v. 1, n. 1, p. 67-76, 2001.

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

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

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

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

SCHOUTEN, J.; McALEXANDER, J. Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers. **Journal of Consumer Behavior**, 22, p. 43-61, 1995

TURKLE, Sherry. **Alone together**. Basic Books, 2011.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

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

CAMPBELL, Colin. Consumo, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Lívia; CAMPBELL, Colin (Org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, p. 47-64, 2006.

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

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

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

HOLT, Douglas. Does cultural capital structure American consumption? **Journal of Consumer Research**, 25, p. 1-25, 1998.

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

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

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

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

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

MILLER, Daniel. Consumption as the vanguard of the History. In: **Acknowledging consumption** (Ed. Daniel Miller). London: Routledge, 1995.

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**, v. 47, n. 1, p. 71-80, 2007.

ROCHA, Angela; SILVA, Jorge Ferreira (Org.). **Consumo na base da pirâmide: estudos brasileiros**. Rio De Janeiro: Mauad, 2009.

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 três elementos: participação nas discussões a partir das leituras exigidas, identificação dos conceitos centrais dos textos discutidos (mapa conceitual) 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 12 páginas, com fonte Times New Roman 12 e espaçamento simples.