

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design e Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo

Disciplina: Cultura de Projeto

Semestre: **2017/1**

Carga horária: **45h**

Créditos: **03**

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: MS16002-00128 e MP16002-00046

Professor: Prof. Dr. Celso Carnos Scaletsky

EMENTA

A atividade busca investigar e definir os conceitos de projeto, design, problema de design e os processos de tomada de decisão envolvidos neste processo a partir de uma maneira design de raciocinar.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Conhecimento em design;
- Atividade de design;
- Problema de design;
- A “virada semântica” no design.
- Novas tendências

BIBLIOGRAFIA

CROSS, Nigel. Designerly ways of knowing: design discipline versus design science. **Design Issues**, Cambridge, v. 17, n. 3, p. 49-55, 2001. Disponível em: <<http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=5cb7c11d-a599-4922-a7e6-0dbf539ee4ed%40sessionmgr4010>>. Acesso em: 31 jul. 2017.

DORST, K. **The problem of design problems**. Sydney: Sydney University of Technology, 2003. Disponível em: <https://www.creativityandcognition.com/cc_conferences/cc03Design/papers/23DorstDTRS6.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2017.

FLUSSER, Vilém; CARDOSO, Rafael. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FRIEDMAN, K. Theory construction in design research: criteria: approaches, and methods. **Design Studies**, [S.l.], n. 24, p. 507-522, 2003.

KRIPPENDORFF, K. **The semantic turn**: a new foundation for design. Boca-Raton: Taylor & Francis, 2006.

MANZINI, Ezio. Design culture and dialogic design. **Design Issues**, [S.l.], v. 32, n. 1, p. 52-59, jan. 2016. Disponível em: <<http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=1e6ad631-5274-404a-965b-7f82c31972bd%40sessionmgr4006>>. Acesso em: 31 jul. 2017.

SCHÖN, Donald A. **Educando o profissional reflexivo**: um novo design para o ensino e a aprendizagem. Porto Alegre: Artmed, 2000.

SIMON, Herbert A. **As ciências do artificial**. Coimbra: Arménio Amado, 1981.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

CROSS, N. Design research: a disciplined conversation. **Design Issues**, Cambridge, v. 15, n. 2, p. 5-10, 1999. Disponível em: <<http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=526f683a-72db-4d63-b0b1-98645265eff7%40sessionmgr4007>>. Acesso em: 31 jul. 2017.

DORST, Kees. Design problems and design paradoxes. **Design Issues**, Cambridge, v. 22, n. 3, p. 4-17, 2006. Disponível em: <<http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=633b1473-521d-4ebb-be45-b334fdb9594%40sessionmgr4006>>. Acesso em: 31 jul. 2017.

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

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

SANDERS, Elizabeth B-. N.; STAPPERS, Pieter Jan. Co-creation and the new landscapes of design. **CoDesign**, [S.l.], v. 4, n.1, p. 5–18, march. 2008. Disponível em: <<http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=81d36661-4254-4475-9a1d-016bc2973ebf%40sessionmgr101>>. Acesso em: 31 jul. 2017.

AVALIAÇÃO

- Participação nas reflexões feitas sobre os artigos ou capítulos de livro propostos pela disciplina. Proposição de questões chave para a discussão e demonstração de que procuraram compreender os textos da disciplina.
- 1 resenhas com 3000 caracteres com espaço ou 500 palavras cada uma. Usar o modelo entregue pelo professor. As resenhas deverão ser entregues antes da aula em que o texto será discutido. Não serão aceitas resenhas após a discussão.
- Elaboração de um pôster.
- Elaboração de um trabalho escrito, individual, incluindo os principais conceitos trabalhados em aula, com a proposição de novos pontos de vista sobre o(s) tema(s) escolhido(s). Usar o modelo entregue pelo professor. O artigo deverá ter 10.000 caracteres com espaço ou 2500 palavras. Esta dimensão, no modelo proposto, corresponde a um artigo de 5 páginas.

ANEXO: CRONOGRAMA DE AULAS

Mês	Sem	PROGRAMAÇÃO DAS AULAS 2014/2					Temas
		S	T	Q	Q	S	
março		6	7	8	9	10	-
	1	13	14	15	16	17	Primeiras discussões
	2	20	21	22	23	24	Sobre a pesquisa em design
	3	27	28	29	30	31	Dissertações de mestrado
		S	T	Q	Q	S	Temas
abril	4-5	3	4	5	6	7	Sobre a palavra design
		10	11	12	13	14	Feriado
		17	18	19	20	21	Feriado
	6	24	25	26	27	28	Dois paradigmas - Simon
maio	7	1	2	3	4	5	Dois paradigmas - Schön
	8	8	9	10	11	12	O problema do problema de design
	9	15	16	17	18	19	Resenha
	10	22	23	24	25	26	A virada semântica

junho	11	29	30	31	1	2	Manzini
	12	5	6	7	8	9	Persuasive design
	13	12	13	14	15	16	Construção pôster
	14	19	20	21	22	23	Apresentações
	15	26	27	28	29	30	Seminário final

As datas podem mudar em função de oportunidades que surjam.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Design e Estratégias Organizacionais

Semestre: **2017/1**

Carga horária: **30h**

Créditos: **02**

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: MS16002-00140

Professor: Profa. Dra. Karine de Mello Freire

EMENTA

Conceitos e processos básicos para uma empresa posicionar-se estrategicamente. Discussão da relação entre o design, a formulação e a implantação de estratégias organizacionais, bem como o valor do design para o posicionamento estratégico das organizações.

AVALIAÇÃO

Discussão em sala de aula e seminário (40%)

Artigo sobre um tema trabalhado em aula (60%).

PLANEJAMENTO 2017/1

Textos disponíveis no dropbox e na HSS (capítulos de livros)

DATA		TEMA	Textos Base	Quem
05/05	Sexta	AULA 1: Estratégia	Whittington O que é estratégia. Cap. 1 e 2	KARINE
12/05	Sexta	AULA 2: Estratégia	Luz: Estratégia emergente na lógica da multidão Uma abordagem a partir de iniciativas da multidão, do comum e da Teoria Ator-Rede. Cap 4.	KARINE + Lucas Luz
02/06	Sexta	AULA 3: Design e Estratégia	Stevens e Moultrie: Aligning Strategy and Design Perspectives: A Framework of Design's Strategic Contributions	KARINE
03/06	Sábado	AULA 4: Plataformas	Zhu e Furr: Products to Platforms: Making the Leap	BORBA
10/06	Sábado	AULA 5: Ecosystema	Kumar, Kumar and Dass: From competitive advantage to nodal advantage: Ecosystem	BORBA
17/06	Sábado	AULA 6: Ecosystema	Ouden: Chapter 2 Levels of Value and Chapter 6 - Designing ecosystems	BORBA
23/06	Sexta	AULA 7: Design Strategy	Liedtka e Mintzberg: Time for Design Liedtka: Business Model Innovation	KARINE
24/06	Sábado	AULA 8: Design Value	Lockwood: Build Design Strategy: Chapter 1 Design Value: A Framework for Measurement	BORBA

30/06	Sexta	AULA 9:	Brown - Design thinking	KARINE
01/07	Sábado	AULA 10:	Seminário	BORBA

BIBLIOGRAFIA:

LUZ, Lucas Henrique da. **Estratégia emergente na lógica da multidão**: uma abordagem a partir de iniciativas da multidão, do comum e da Teoria Ator-Rede. 2016. 306 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo, 2016. Disponível em:
<<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/5889>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

STEVENS, John; MOULTRIE, James. Aligning Strategy and design perspectives: a framework of design's strategic contributions. **The Design Journal**, [S.l.], v.14, n. 4, p. 475- 500, 2015.

WHITTINGTON, Richard. **O que é estratégia**. São Paulo: Thomson, 2002.

ZHU, Feng; FURR, Nathan. Product to platforms: making the leap. **Harvard Business Review**, London, v.94, n. 4, p. 72-78, Apr. 2016. Disponível em:
<<http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=c075b9f7-eb58-486e-ba03-c2cd0301a9c2%40sessionmgr102>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Design Estratégico

Semestre: **2017/1**

Carga horária: **45h**

Créditos: **03**

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: MS16002-00130

Professor: Profa. Dra. Karine de Mello Freire

EMENTA

Estuda as dimensões estratégicas do design e os fundamentos teóricos do design estratégico, explorando as dimensões do processo e dos resultados de projeto. Discute a relação entre o design, a formulação e a implantação de estratégias organizacionais, bem como o valor do design para a inovação e sustentabilidade das organizações.

AVALIAÇÃO

Discussão em sala de aula e seminário (40%)

Artigo sobre um tema trabalhado em aula (60%).

PLANEJAMENTO 2017/1

Textos disponíveis no dropbox e na HSS (capítulos de livros)

Numeração dos textos segue as aulas. Textos com a letra c ao lado do número são complementares. Se não tem no dropbox, é capítulo de livro que está no xerox

DATA	TEMA	Textos Base
11/03	AULA 1: Visão Geral Design Estratégico	Freire: Design estratégico: origens e desdobramentos Meroni: Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline
18/03	AULA 2: Design Transitions	Manzini: Prometheus of the Everyday: The Ecology of the Artificial and the Designer's Responsibility Muratovksy: Paradigm Shift: Report on the New Role of Design in Business and Society
25/03	AULA 3: Design e Sustentabilidade	Manzini: Strategic Design for Sustainability: towards a new mix of products and services Manzini: Making Things Happen: Social Innovation and Design Ceschin e Gaziulusoy: Evolution of design for sustainability: From product design to design for system innovations

		and transitions
01/04	AULA 4: Cultura de Design	<p>Zurlo: Design Strategico</p> <p>Michlewski: A few words about cultures: the making of a designer - CAPITULO DE LIVRO</p> <p>Manzini: Design culture and Dialogic Design</p>
08/04	AULA 5: Cultura Organizacional	<p>Deserti e Rizzo: Design and the Cultures of Enterprises</p> <p>Buchanan: Worlds in the Making: Design, Management, and the Reform of Organizational Culture</p>
29/04	AULA 6: Projeto da estratégia	<p>Wood: The future of strategy: the role of new sciences</p> <p>CAPITULO LIVRO</p>
06/05	AULA 7: Projeto da estratégia	<p>Mauri: Progettare progettando strategia (tem versao traduzida não oficial)</p>
13/05	AULA 8: Projeto da estratégia	<p>Simonse: Modeling Business Models</p>
20/05	AULA 9: Serviços	<p>Manzini: Introduction. In Design for</p>

		Services. CAPITULO LIVRO Meroni e Sangiorgi: . Design for services
27/05	AULA 10: Plataformas de Valor	Norman e Ramirez: From value chain to value constellation: designing Interactive Strategy Krucken: O design e as redes de valor CAPITULO DE LIVRO
03/06	AULA 11: Plataformas de Valor	Kumar, Kumar and Dass: From competitive advantage to nodal advantage: Ecosystem
10/06	AULA 12: Plataformas de Valor	Zhu e Furr: Products to Platforms: Making the Leap
17/06	AULA 13: Plataformas de Valor	Ouden: Chapter 2 Levels of Value and Chapter 6 -Designing ecosystems CAPITULO DE LIVRO
24/06	AULA 14: Design Strategy	Jacoby e Rodriguez: Build Design Strategy: Chapter 5 Innovation, Growth, and Getting to Where You Want to Go CAPITULO DE LIVRO
01/07	AULA 15:	Seminário: design estratégico em 180 segundos

Bibliografia:

BUCHANAN, Richard. Worlds in the making: design, management, and the reform of organizational culture. **She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation**, United States, v.1, n.1, p. 5-21, 2015. Disponível em: < http://ac-els-cdn-com.ez101.periodicos.capes.gov.br/S2405872615000039/1-s2.0-S2405872615000039-main.pdf?_tid=debb0118-76c4-11e7-82f2-00000aab0f27&acdnat=1501597538_1569e6c1e55134e4a25ab729644b57a4>. Acesso em: 01 ago. 2017.

CESCHIN, F.; GAZIULUSOY, I. Evolution of design for sustainability: From product design to design for system innovations and transitions. **Design Studies**, Inglaterra, v. 47, p. 118-163, nov. 2016. Disponível em: <http://ac.els-cdn.com/S0142694X16300631/1-s2.0-S0142694X16300631-main.pdf?_tid=8e9c47ae-76c5-11e7-93f0-00000aacb35e&acdnat=1501597834_1b6d0caea408fa2a1f22a7479dcce056>. Acesso em: 01 ago. 2017.

DESERTI, Alessandro; RIZZO, Francesca. Design and the cultures of enterprises. **Design Issues**, Chicago, v.30, n.1, p.36-56, jan. 2014. Disponível em: <<http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=3b4d2d12-ec26-4083-a9b0-0039862ce960%40sessionmgr103>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

FREIRE, K. Design estratégico: origens e desdobramentos. In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 11, 2014, Gramado. **Anais...** São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2014. p. 1187-1196. Disponível em: <<http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/design-estrategico-origens-e-desdobramentos-12868>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

KUMAR, Piyush; DASS, Mauykh; KUMAR, Shivina. From competitive advantage to nodal advantage: ecosystem structure and the new five forces that affect prosperity. **Business Horizons**, Bloomington, v. 58, n.4, jul./aug. p. 469-481, 2015. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681315000403>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

LOCKWOOD, T. **Building design strategy**: using design to achieve key business objectives. New York: Allworth Press, 2009.

MANZINI, Ezio; CULLARS, John. Prometheus of the everyday: the ecology of the artificial and the designer's responsibility. **Design Issues**, Chicago, v. 9, n 1, p. 5-20, 1992. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/pdf/1511595.pdf?refreqid=excelsior:eef280e4a6527da3d366b102d5>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

MANZINI, Ezio. Making things happen: social innovation and design. **Design Issues**, Chicago, v. 30, n. 1, p. 57-66, dec. 2013. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=93319825&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

MANZINI, Ezio. Design cultures and dialogic design. **Design Issues**, Chicago, v. 32, n. 1, p. 52-59, jan.2016. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=iih&AN=112090855&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

MAURI, Francesco. **Progettare progettando strategia**. Milano: Masson, 1996.

MERONI, Anna; SANGIORGI, Daniela. **Design for services**. New York: Gower, 2011.

MERONI, Anna. Strategic design: where are we now? Reflection around the foundations of a recent discipline. **Strategic Design Research Journal**, São Leopoldo, v.1, n.1, p.31-38, dec. 2008. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/sdrj/article/view/5567>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

MICHLEWSKI, Kamil. A few words about cultures: the making of a designer. In: MICHLEWSKI, Kamil. **Design attitude survey**: [S.l]: Gower, 2015. p.25-51.

MICHLEWSKI, Kamil. A few words about cultures: the making of a designer. In: MICHLEWSKI, Kamil. **How designers directly impact organizations**. [S.l]: Gover, 2015. p. 175-197.

MURATOVSKI, G. Paradigm shift: report on the new role of design in business and society. **She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation**, United States, v.1, n.2, p. 118-139, 2015. Disponível em: <http://ac-els-cdn-com.ez101.periodicos.capes.gov.br/S2405872615300265/1-s2.0-S2405872615300265-main.pdf?_tid=4a1ada90-76d0-11e7-a7df-00000aabb0f27&acdnat=1501602442_ecb5586039bf357dc74b3278072bc143>. Acesso em: 01 ago. 2017.

OUDEN, Elke den. **Innovation design**: creating value for people, organizations and society. New York: Springer, 2012.

SIMONSE, Lianne. Modeling Business Models. **Design Issues**, Chicago, v.30, n. 4, p.67-82, 2014.

WOOD, Robin. The future of strategy: the role of the new sciences. In: LISSACK, Michael; GUNZ, Hugh (Ed.). **Managing complexity in organizations**: a view in many directions. Westport: Quorum Books, 1999. p.118-164.

ZURLO, Francesco. Design strategico. XXI Secolo, 2010. In: TRECCANI Enciclopedia, 2010. Disponível em: <[http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_\(XXI-Secolo\)/](http://www.treccani.it/enciclopedia/design-strategico_(XXI-Secolo)/)>. Acesso em: 01 ago. 2017.

ZHU, Feng; FURR, Nathan. Product to platforms: making the leap. **Harvard Business Review**, London, v.94, n. 4, p. 72-78, Apr. 2016. Disponível em: <<http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=c075b9f7-eb58-486e-ba03-c2cd0301a9c2%40sessionmgr102>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Experiência do Usuário

Semestre: **2017/1**

Carga horária: **45h**

Créditos: **03**

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: MS16002-00127

Professor: Prof. Dr. Leandro Miletto Tonetto e 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 com Produtos;

Design e Emoção;

Contribuições de Jordan ao Design Emocional;

Norman e as Estratégias de Design;

Teoria dos Appraisals;

Design for Mood;

Positive Design.

CRONOGRAMA DA DISCIPLINA

Aulas	Tema	Referências
1	Tipos de Experiência	Desmet e Hekkert (2007)
2	Design Emocional Briefing do trabalho do semestre	Tonetto e Costa (2011)
3	Conceitos de Experiência e Flow	Carú e Cova (2008) Cap.1 Csikszentmihaly (1997) Cap. 1
4	A perspectiva de Jordan	Jordan (2002) Cap. 2
5	Norman e os níveis de design	Norman (2012) Cap. 3
6	Trabalho supervisionado sobre Jordan e Norman	
7	Análise de Concerns	Ozkaramanli e Desmet (2012) Tonetto (2012)
8	Teoria dos Appraisals	Demir, Desmet e Hekkert (2009)
9	Trabalho supervisionado sobre a Teoria dos Appraisals	
10	Design for Mood	Desmet (2015)
11	Positive Design	Barros, Martín e Pinto, 2010
12		Desmet e Pohlmeier (2013)
13	Trabalho supervisionado sobre Design for Mood e Positive Design	
14	Seminário Final	Todas
15	Seminário Final	Todas

BIBLIOGRAFIA

ARNOULD, Eric; PRICE, Linda. River magic: extraordinary experience and the extended service encounter. **Journal of Consumer Research**, Chicago, v. 20, p. 24-45, Jun. 1993. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/24098812_River_Magic_Extraordinary_Experience_and_the_Extended_Service_Encounter>. Acesso em: 01 ago. 2017.

BARROS, R. M. A.; MARTÍN, J. I. G.; PINTO, J. F. V. C. Investigação e prática em psicologia positiva. **Psicologia Ciência e Profissão**, Brasília, DF, v. 30, n. 2, p. 318-327, 2010. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/pcp/v30n2/v30n2a08.pdf>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

CSIKSZENTMIHALYI, M. **Finding flow**: the psychology of engagement with everyday life. New York: Basic Books, 1997.

DEMIR, E.; DESMET, P.; HEKKERT, P. Appraisal patterns of emotions in human-product interaction. **International Journal of Design**, Taiwan, v. 3, n. 2, p. 41-51, 2009. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=iih&AN=48749580&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

DESMET, P. Design for mood: twenty activity-based opportunities to design for mood regulation. **International Journal of Design**, Taiwan, v. 9, n. 2, p. 1-19, 2015. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=iih&AN=109342512&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 01 ago. 2017.

DESMET, P. & POHLMAYER, A. Positive design: an introduction to design for subjective well-being. **International Journal of Design**, Taiwan, v. 7, n. 3, p. 5-19, 2013. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=iih&AN=96053212&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

JORDAN, P. **Designing pleasurable products**. EUA: CRC Press, 2002.

NORMAN, D. **Emotional design**: why we love (or Hate) everyday things. New York: Basic Books, 2005.

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**, Taiwan, v. 6, n. 1, p. 27-39, 2012. Disponível em:

<<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=iih&AN=78172475&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

TONETTO, L. M.; COSTA, F. C. X. Design emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa. **Strategic Design Research Journal**, São Leopoldo: Unisinos, v. 4, n. 3, p. 132-140, 2011. Disponível em:

<<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=77593537&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

TONETTO, L. M. A perspectiva cognitiva no design para emoção: análise de concerns em projetos para a experiência. **Strategic Design Research Journal**, São Leopold, v. 5, n. 3, p. 99-106, 2012. Disponível em:

<<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=92758683&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

AVALIAÇÃO

Atividades de projeto propostas em aula; discussão teórico-aplicada dos projetos; apresentação e defesa dos projetos.

IDENTIFICAÇÃO

*** Programa de Pós-Graduação em Design**

* Disciplina: Laboratório de Pesquisa I

* Disciplina: Laboratório de Pesquisa II

* Ano/Semestre: 2017/1

* Carga horária total: 15h

* Créditos: 1

Área temática: Design Estratégico

* Código da disciplina: MS 16002-00138

* Código da disciplina: MS 16002-00139

* Professor: Profa. Dra. Fabiane Wolff

*** EMENTA**

Processo de investigação; questões teórico-metodológicas da pesquisa; análise e discussão de todas as etapas da pesquisa – elaboração do projeto, procedimentos de coleta de dados, procedimentos de análise de dados, elaboração da dissertação; impasses e questões éticas da pesquisa.

*** CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Pela natureza da atividade acadêmica, seu conteúdo depende de cada grupo de pesquisa e das características dos seus projetos em discussão.

OBJETIVOS

Discutir as questões de técnicas de pesquisa qualitativas exploratórias, em especial as ligadas ao referencial teórico como a técnica de análise sistemática. Compreender o processo de análise sistemática de publicações, suas vantagens e especificidades. Capacitar os estudantes a desenvolver análises sistemáticas válidas e confiáveis.

METODOLOGIA

Aulas expositivas e dialogadas, seminários e desenvolvimento de uma análise sistemática.

AVALIAÇÃO

A avaliação desta atividade acadêmica se dará em três pilares: participação nas aulas e seminários, desenvolvimento do trabalho, artigo. O artigo da disciplina deverá ser desenvolvido com a técnica de análise sistemática, e entregue em até 15 dias após o término das aulas.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

KHAN, K. et al. Five steps to conducting a systematic review. **Journal of the Royal Society of Medicine**. [S.l.], v. 96, n. 3, p. 118–121. mar. 2003. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fst&AN=23127993&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

CENTRE FOR COGNITIVE AGEING AND COGNITIVE EPIDEMIOLOGY. **Systematic reviews and meta-analyses**: a step-by-step guide. Escócia: Universidade de Edimburgo, 2013. Disponível em: <<http://www.ccace.ed.ac.uk/research/software-resources/systematic-reviews-and-meta-analyses>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

TRANFIELD, D.; DENYER, D. Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. **British Journal of Management**. Medford, EUA, v. 14, n. 3, p. 207–222, sept. 2003. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=10833059&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

AULA	DATA	ASSUNTO
1	31.03	Apresentação da disciplina e organização do trabalho
2	07.04	Capacitação da Biblioteca para bases de dados
3	28.04	Seminário das leituras obrigatórias Critério, Método, validade e confiabilidade
4	05.05	Planejamento e planilhamento
5	12.05	Apresentação prévia 1
6	19.05	Reversão de dados para teoria
7	26.05	Discussão dos primeiros achados
8	02.06	Organização de dados e recursos de apresentação. Assessoramentos
9	09.06	Prévia de apresentação e montagem dos artigos
10	16.06	Apresentação, Fechamento e assessoramento final

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Processos de significação e comunicação**

Semestre: **2017/1**

Carga horária: **45h**

Créditos: **03**

Área temática: **DESIGN**

Código da disciplina: **MS16002-00129**

Professor: **Dra. Ione M. G. Bentz**

EMENTA

Articulações entre os processos de significação e de comunicação no design estratégico; linguagens sincréticas na expressão da materialidade do design; metodologias de análise dos efeitos de sentido, no campo experimental e no campo empírico-interpretativo do design.

I - CONTEÚDO PROGRAMÁTICO/ CRONOGRAMA

AULA	DATA	CONTEÚDOS	REFERENCIAS
01	10/03	Planejamento: visão geral, objetivos, tópicos, metodologia e avaliação. - Linguagem, cultura e comunicação - Ecossistemas: processos criativos e práticas projetuais	FRANZATO, C. e outros. <i>"Inovação Cultural e Social: design estratégico e ecossistemas criativos". (p. 157-182)</i>
02	17/03	- Práticas reflexivas na projeção: metaprojeto e metadesign	<i>"O metaprojeto nos níveis de design"</i> http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/o-metaprojeto-nos-nveis-do-design-24356
03	24/03	- Dispositivos	AGAMBEN, G. "O que é um dispositivo?" https://periodicos.ufsc.br/index.php/Outra/article/download/12576/11743
04	31/03	- O pensamento complexo	MORIN, E. e LE MOIGNE, J.L. <i>A inteligência da complexidade</i> . São Paulo: Petrópolis, 2000. <i>"O paradigma da complexidade". (item 4.1)</i>

			www.caosmose.net/candido/unisinos/textos/morin.pdf
05	07/04	- As três ecologias	GUATTARI, F. " <i>As três ecologias</i> " http://escolanomade.org/wp-content/downloads/guattari-as-tres-ecologias.pdf
06	28/04	- Síntese do bloco 1	
07	05/05	- Processos de significação e comunicação	BENTZ, I. " <i>Efeitos de sentido pelas mediações: comunicação e design</i> ".
08	12/05	- Significação e Comunicação 1: discurso	MAINGUENEAU, D. <i>Análise de textos de comunicação</i> . São Paulo: Cortez, 2013. " <i>Enunciado e contexto</i> " (p.21-33) " <i>Discurso, enunciado e texto</i> " (p.57-64)

09	19/05	- Significação e Comunicação 2: nas mídias	CHARAUDEAU, P. <i>Discurso das mídias</i> . São Paulo: Conexão, 2009. " <i>Informação como ato de comunicação e Informação como discurso</i> ". (p.33-56)
10	26/05	-Significação e Comunicação 3: no espaço urbano	ORLANDI, E. (Org.) <i>Cidade atravessada</i> . São Paulo: Pontes, 2001. " <i>Trilhas e Troços: o flagrante urbano</i> ". (p. 9-24)
11	02/06	- Efeitos de sentido no processo projetual	FONTANILLE, J. <i>Significação e visualidade: exercícios práticos</i> . Porto Alegre: Sulina, 2005. " <i>Signos, textos, objetos, situações e formas de vida: os níveis de pertinência semiótica</i> ". (p.15-36)
12	09/06	- Exercícios de análise - metadesign	
13	16/06	- Análise do discurso: efeitos de sentido	ORLANDI, E. " <i>Análise do discurso: princípios e procedimentos</i> ". São Paulo: Pontes, 2007.

14	23/06	- Exercícios de análise: metadesign	
15	30/06	- Discussão final e Orientações para o trabalho final.	

BILIBOGRAFIA

AGAMBEN, G. O que é um dispositivo? Outra Travessia, Santa Catarina, n. 5, p. 9-16, 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/Outra/article/view/12576/11743>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

BENTZ, Ione; FRANZATO, Carlo. O metaprojeto nos níveis do design. In: XII P&D Design, 2016, Belo Horizonte. Anais... São Paulo: Blucher, 2016, p. 1416-1428. Disponível em: <<http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/ped2016/0120.pdf>>. Acesso em: 26 jul. 2017.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

FONTANILLE, Jacques. **Significação e visualidade**: exercícios práticos. Porto Alegre: Sulina, 2005.

FREIRE, K. (Org.) **Design estratégico para inovação cultural e social**. São Paulo: Kuzuá, 2015.

GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. 21. ed. São Paulo: Papyrus, 2011.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

MORIN, Edgar; LE MOIGNE, Jean-Louis. **A inteligência da complexidade**. 3. ed. São Paulo: Peirópolis, 2004.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de discurso**: princípios & procedimentos. 10. ed. Campinas: Pontes, 2012.

ORLANDI, Eni Puccinelli (Org.). **Cidade atravessada**: os sentidos públicos no espaço urbano. São Paulo: Pontes, 2001.

II – TÉCNICAS DE ENSINO

- Aula expositivo-dialogada
- Seminários
- Exercícios

III - AVALIAÇÃO:

- Formato de Artigo
- Tamanho: 10/ 12 laudas

Entrega: Até 30 de julho, sexta-feira, na Secretaria do Curso, em cópia-papel.

Porto Alegre, março de 2017

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Seminário II – Sociedade de Consumo

Semestre: 2017/1

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: MS16002-00137

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.

OBJETIVOS

Discutir a formação da sociedade de consumo e seus impactos sobre o indivíduo consumidor. Refletir sobre a relação entre culturas de consumo e a construção de estratégias de design.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Pós-Modernidade e Sociedade de Consumo
- Cultura de Consumo
- Papel dos bens
- Teoria da Cultura do Consumidor
- Subculturas e tribos de consumo

Aula	Data	Tema	Leituras	Seminários
1	22/3	Apresentação da disciplina Sociedade de Consumo	Barbosa - Sociedade de Consumo (Livro inteiro)	
2	29/3	Pós-modernidade e Hipermodernidade	Lipotvetsky (p.49-103) Bauman, 2008 (p.70-106)	
3	5/4	Teoria da Classe Ociosa e Distinção	Holt (1998)	Castilhos e Rossi (p.49-74) Barcelos (2014)
4	10/5	O papel dos bens	Douglas e Isherwood (p.7-18, 51-62,101-118) Miller (2007)	Fournier (1998)
5	17/5	Consumo e Cultura	McCracken (p.21-52, p.99-120)	Almeida e Rocha (2008) Cupolillo et al (2013)
6	24/5	Teoria da Cultura do Consumidor (CCT)	Arnould & Thompson (2005)	Zanette et al. (2013) Fonseca (2011)
7	31/5	Projetos de identidade do consumidor	Castilhos (2015)	Arsel & Thompson (2011)
8	7/6	Comunidades e Tribos de consumo	Schouten & McAlexander (1995)	Cova & Cova (2001)

				Silveira (2011)
9	14/6	Consumo e colaboração	Belk (2010)	Bardhi & Eckhardt (2012)
10	21/6	Seminário Final de Avaliação	Construção de quadro conceitual colaborativo (em grupos)	

BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, Victor; ROCHA, Angela. Efeito pátina: a inserção de signos conotativos da passagem do tempo nos bens de consumo. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 5, n.13, p.97-120, jul. 2008. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=36826589&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

ARNOULD, Eric J. & THOMPSON, Craig J. Consumer culture theory (CCT): twenty years of research. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 31, n. 4, p.868-882, mar. 2005. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fst&AN=16337333&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 03 ago. 2017

ARSEL, Zeynep; THOMPSON, Craig J. Demythologizing consumption practices: how consumers protect their field-dependent identity investments from devaluing marketplace myths. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 37, n. 5, p. 791-806, feb. 2011. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fst&AN=58510392&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

BARBOSA, Lívía. **Sociedade de consumo**. 3. ed. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2010.

BARCELOS, Renato Hubner. Gosto não se discute? Uma problematização teórica sobre o gosto estético do consumidor. In: VII ENCONTRO NACIONAL DOS ESTUDOS DE CONSUMO, 2014, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <http://www.estudosdoconsumo.com.br/artigosdoenec/ENEC2014-GT03-Barcelos-Gosto_nao_se_discute_Uma_problematizacao_teorica_sobre_o_gosto_estetico_do_consumidor.pdf>. Acesso em: 03 ago. 2017.

BARDHI, Fleura; ECKHARDT, Giana. Access-based consumption: the case of car sharing. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 39, n. 4, p. 881-898, Dec. 2012. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fst&AN=83483956&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2008.

BELK, Russel W. Sharing. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 36, p. 715-734, 2010.

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, p. 49-74.

CASTILHOS, Rodrigo Bisognin. **Produzindo lugar, reproduzindo espaço**: uma análise das dinâmicas de mercado no campo da moradia. 2015. 341f. Tese (Doutorado em Administração) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2015. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/115544/000964211.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

COVA, Bernard; COVA, Veronique. Tribal aspects of postmodern consumption research: the case of French in-line roller skaters. **Journal of Consumer Behavior**, France, v.1, n. 1, p. 67-76, jun. 2001. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=6856535&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

CUPOLILLO, Mariana; CASOTTI, Leticia; CAMPOS, Roberta. Estudos de consumo: um convite para a riqueza e para a simplicidade da pesquisa de rituais brasileiros. **Revista ADM.MADE**, Rio de Janeiro, ano 13, v.17, n.3, p.27-46, set./dez. 2013. Disponível em: <<http://revistaadmmade.estacio.br/index.php/admmade/article/viewFile/650/409>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

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

FONSECA, Marcelo J. **Globalização e comida**: uma análise microssociológica da relação global/local na alimentação. 2011, 285f. Tese (Doutorado em Administração) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/49167/000835553.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

FOURNIER, Susan. Consumer and their brands; developing relationship theory in consumer research. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v.24, n. 4, p.343-373, mar. 1998. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fst&AN=349797&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

MCCRACKEN, Grant David. **Cultura & consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

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

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832007000200003&lng=en&tlng=en#?>. Acesso em: 03 ago. 2017

SCHOUTEN, John W.; McALEXANDER, James H. Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers. **Journal of Consumer Research**, v.22, n.1, p.43-61, jun. 1995. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fst&AN=9507113978&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 03 ago. 2017

SILVEIRA, Isabel da Costa. **A luta por uma identidade**: uma etnografia sobre a subcultura de consumo de MMA.2011. 75f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) -- Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/9826/Disserta%C3%A7%C3%A3o_Isabel%20Silveira_biblioteca.pdf?sequence=1>. Acesso em: 03 ago. 2017.

ZANETTE, Maria Carolina; LOURENÇO Carlos; BRITO, Eliane. O peso do varejo, o peso no varejo e a identidade: uma análise de consumidoras plus size. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 53, n. 6, nov./dez. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902013000600003&lng=en&tlng=en#?>. Acesso em: 03 ago. 2017.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

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

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

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

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

BELK, Russel W. Studies in the new consumer behavior. In: MILLER, Daniel(Ed.). **Acknowledging consumption**. London: Routledge, 1995. p. 124-156.

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

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

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

FALK, Pasi; CAMPBELL, Colin. **The shopping experience**. Thousand Oaks: Sage Publications, 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, jan./mar. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902007000100006&lng=en&tlng=en#?>. Acesso em: 03 ago. 2017.

HOLT, Douglas B. Does cultural capital structure american consumption? **Journal of Consumer Research**, [S.l.], n. 25, p.1-25, jun. 1998. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fst&AN=749111&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

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

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

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. Consumption as the vanguard of the history. MILLER, Daniel(Ed.). **Acknowledging consumption**. London: Routledge, 1995. p. 17-38.

ROCHA, Ângela; ROCHA, Everardo. Paradigma interpretativo nos estudos de consumo: retrospectiva, reflexões e uma agenda de pesquisas para o Brasil. **RAE: Revista de Administração de Empresas**, v. 47, n.1, p.71-80, jan. 2007. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=24120199&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

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

THOMPSON, Craig; ARSEL, Zeynep. The Starbucks brandscape and consumers' (anticorporate) experiences of glocalization. **Journal of Consumer Research**, [S.l.], v. 31, n. 3 p. 631-642, dec.2004. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/pdf/10.1086/425098.pdf?refreqid=excelsior:77f1ce851b7365873b075b89e1222c1>>. Acesso em: 03 ago. 2017.

TURKLE, Sherry. **Alone together**. [S.l.]: Basic Books, 2011.

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

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, **podendo** envolver coleta e análise de dados empíricos em sua composição. O artigo deverá ter de 10 a 12 páginas, com fonte Times New Roman 12 e espaçamento simples. Sua entrega deverá ser realizada até o dia **21 de julho** em uma cópia impressa e deve ser feita na Secretaria do Mestrado de forma protocolada.

A frequência mínima para a aprovação é de 80% (8 de 10 encontros).