

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Oficina I – Metodologia de Pesquisa em Design Estratégico

Semestre: 2010/2

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
- Complexidade
- Análise Quantitativa
- Análise Qualitativa
- Pesquisa Etnográfica
- Pesquisa Ação
- Estudo de Caso
- Survey
- Experimentação

BIBLIOGRAFIA

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

_____. **A Aventura Semiológica**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

CELASCHI, F; TROCCHIANESI, R. (org.). **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: 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 IV - Construção e Representação de Referências e Conceitos de Projeto em Ambiente Computacional através de Mapas Conceituais

Semestre: 2010/2

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 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 ideias.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Briefing
2. Brainstorm e Mapas Conceituais
3. Moodboard
4. Blue sky
5. Storyboard
6. Análise SWOT
7. Gráfico de Polaridades / Matriz BCG
8. Workshop
9. Construção de cenários
10. Seminário de encerramento

BIBLIOGRAFIA

BOUTINET, J. **Anthropologie du projet**. 3. ed. Paris: PUF, 1993.

BONNARDEL, N; RECH, M . Les objets: sources d'inspiration dans les activités de conception. In: B.TROUSSE, K.ZREIK (ed.). **Les Objets en Conception, 01Design'97**. Paris: Europa, 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, M; TOY, M. **Educating Architects**. New York: ACADEMY, 1995. p. 65-67.

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

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

GOLDSCHMIDT, G. Visual display for design: imagery, analogy and databases of visual images. In: KOUTAMANIS, A.; TIMMERMANS, H. ; VERMEULEN, H. (ed.). **Visual Databases in Architecture**. Aldershot : Avebury, 1995.

LÉGLISE, M. Ordinateurs dans l'apprentissage de la conception: mental et instrumental . In : 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, Alberto. **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**, 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 VI – Marketing Estratégico

Semestre: 2010/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97176

Professor: Prof. Dr. Filipe Campelo

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

Orientação para o mercado

Estratégia de marketing

Processo decisório de compra

Influências sobre o comportamento

Experiência de consumo

Design e Emoção

BIBLIOGRAFIA

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

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

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

DAY, G. The capabilities of market-driven organizations. **Journal of Marketing**, New York, 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, n. spe., p. 3-13, 1999.

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

LAMBIN, J. **Marketing estratégico**. 4ª 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**, Greenvale, v. 28, n. 4, p. 479-492, 2000.

MENON, A. et al. Antecedents and consequences of marketing strategy making: a model and a test. **Journal of Marketing**, New York, 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**, Greenvale, v. 20, n. 4, 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**, Greenvale, 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**, New York, v. 65, n. 1, p. 15-28, jan. 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: Prof. Dr. Gustavo Fischer

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

Mídias, processos midiáticos, mediações culturais, culturas urbanas, convergência digital.

BIBLIOGRAFIA

BOU, L. Street Art. **Graffiti, stencils, stickers, logos**. Barcelona – Espanha: 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. 5ª ed. Petrópolis: Vozes, 2000a.

_____; GIARD, L.; MAYOL, P. **A Invenção do Cotidiano**. 2. Morar, cozinhar. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 2000b.

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: Relumê Dumará, 2002.

GOMES, R. A cidade como arena da multiculturalidade. **Revista eletrônica e-compós**, Belo Horizonte, v. 01, p. 1-15, dez. 2004.

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

PRYSTHON, 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 (INTERCOM), 26., 2003, Belo Horizonte. **Anais Eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2003. Trabalho apresentado no NP Semiótica da Comunicação. 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 eletrônicos...** Rio de Janeiro: Compôs, 2002. Trabalho apresentado no GT Comunicação e Sociabilidade. CD-ROM.

SILVEIRA, F. **Situacionalidades Televisivas.** Comunicação, consumo e cultura material. 2002. 288 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS, 2003.

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: Of. III – Gestão de Projetos

Semestre: 2010/2

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 de NP

Gestão de Projetos

Projetos de inovação em serviços

Projetos de novos produtos e criatividade

Processo de DNP

Relações interfuncionais

Relações Interfirmas

Pesquisa em Gestão de Projetos e de DNP

BIBLIOGRAFIA

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

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. 821p.

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

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

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

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

AVALIAÇÃO

Participação em aula – 20%

Condução de seminário – 30%

Artigo – 50%

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Experimentação em design Estratégico I - Sistema Produto

Semestre: 2010/2

Carga horária: 30h-a

Créditos: 02

Área temática: DESIGN

Código da disciplina: 097155

Requisitos de matrícula:

Professores: Prof. Dr. Celso Carnos Scaletsky

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Construção de um Workshop
- O problema de design
- Estruturação do briefing
- Estruturação de Pesquisa Pesquisa Contextual
- Brainstorm / mapas conceituais
- Swot / polaridades
- Pesquisa Blue sky

BIBLIOGRAFIA

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

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

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

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

AVALIAÇÃO

- Participação durante todo o processo de construção do workshop
- Relato da experiência - Individual
- Relatório por grupo da primeira e segunda etapa

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

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

Semestre: 2010/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97156

Professor: Prof. Dr. Paulo Edison Belo Reyes

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 sócioeconômico 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 e revisão dos conceitos
- SWOT
- Gráfico de Polaridades
- Construção de Cenários
- Desenvolvimento do Workshop
- Desenvolvimento de conceitos de projeto

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 ressiione 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 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.

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

AVALIAÇÃO

- Participação durante todo o processo de construção do workshop
- Relato da experiência - Individual
- Relatório por grupo da primeira e segunda etapa