

## IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Oficina I – Metodologia de Pesquisa em Design Estratégico

Semestre: 2012/1

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97177

Professor: Prof. Dr. Leandro Tonetto

## 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

- Pesquisa Estrito Senso e produção científica;
- Classificação dos Métodos de acordo com a base lógica da investigação e suas Epistemologias;
- Classificação dos Métodos com base nos objetivos da Pesquisa;
- Introdução aos procedimentos Técnicos e à compreensão do envolvimento do Pesquisador na Pesquisa em Design;
- Problema de Pesquisa e Objetivos;
- Redação Científica e Produção de Artigos.

## BIBLIOGRAFIA

ANDRADE, A. et al. **Pensamento sistêmico**: caderno de campo – o desafio da mudança sustentada nas organizações e na sociedade. Porto Alegre: Bookman, 2006.

DELEUZE, G. **A ilha deserta**. Sao Paulo: Ilumiinas, 2006.

GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MARTINS, G.; THEÓPHILO, C. **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.

POPPER, K. **A lógica da pesquisa científica.** São Paulo: Cultrix, 1972.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ALVES, R. **Filosofia da ciência:** introdução ao jogo e suas regras. São Paulo: Loyola, 2005.

COELHO, E. **Estruturalismo:** antologia de textos teóricos. Lisboa: Portugália, s/d.

HUSSERL, E. **La idea de La fenomenologia.** Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1982.

LEPARGNEUR, H. **Introdução aos estruturalismos.** São Paulo: EDUSP, 1972.

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

MORIN, E. **Problema Epistemológico da Complexidade.** Lisboa: Publicações Europa-América, 1996.

### **AVALIAÇÃO**

A avaliação será composta por duas notas:

Apresentação de um trabalho sobre a Classificação dos Métodos de acordo com a Base Lógica da Investigação e suas Epistemologias ou sobre a Classificação dos Métodos com base nos objetivos da Pesquisa;

Prova de conhecimentos específicos.

## IDENTIFICAÇÃO

**Programa de Pós-Graduação em Design**

**Disciplina: Seminário II – Sociedade de Consumo**

**Semestre: 2012/1**

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97158

Professor: Prof. Dr. Filipe Campelo Xavier da Costa

## EMENTA

A atividade discute a evolução da sociedade de consumo e seus efeitos sobre a formação do comportamento do consumidor. Serão analisados estudos referentes à antropologia de consumo, psicologia do consumidor e etnografia, bem como sua relação com a construção de estratégias de design das organizações. O processo decisório de compra do consumidor e as principais influências sobre a constituição das preferências de compra e consumo deverão ser discutidas a partir de artigos e casos selecionados.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

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

## BIBLIOGRAFIA

ARNOULD, Eric J.; THOMSON, Craig J. Consumer culture theory – twenty years of research.

**Journal of Consumer Research**, v.31, p.868-882, Mar. 2005

BELK, Russel W. Studies in the new consumer behavior. IN.: **Acknowledging consumption**, London: Routledge, 1995.

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, p. 47-64, 2006

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

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 Behaviour**, Malden, vol.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. Consumption as the vanguard of the History. IN.: **Acknowledging consumption**, ed. Daniel Miller. London : Routledge, 1995.

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

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

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

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

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**, São Paulo, v. 47, n.1, p.60-70, 2007.

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

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

LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: 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. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, vol. 13, n. 28, Porto Alegre, July/Dec. 2007.

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

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

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 quatro elementos: participação nas discussões a partir das leituras exigidas, apresentação dos seminários, identificação dos conceitos centrais dos textos discutidos e o desenvolvimento de artigo. Cada aluno deve construir um artigo em formato acadêmico que discuta um ou mais dos tópicos da disciplina a partir de uma reflexão teórica. Recomenda-se que seja buscada a relação entre os temas da disciplina e o projeto de pesquisa que pretende desenvolver ao longo do mestrado. O artigo deverá ter de 10 a 12 páginas, com fonte Times New Roman 12 e espaçamento simples. Sua entrega deverá ser realizada até o dia 23 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).

### **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

**Disciplina: Seminário III – Estética e Cultura Contemporânea**

Semestre: 2012/1

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Código da disciplina: 97161

Professor: Fábio Parode

### **EMENTA**

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

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Design e cultura
- Estética Contemporânea
- Significação e subjetividade
- Design Estratégico
- Poder simbólico
- Campos sociais

### **BIBLIOGRAFIA**

ADORNO, R.W. **Teoria estética**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

BENJAMIN, W. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: Zouk, 2012.

CANCLINI, N.G. **Culturas híbridas**. São Paulo: EDUSP, 1998.

HEGEL, G.W. **Curso de estética: o belo na arte**. São Paulo; Martin Fontes, 1996.

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

LYOTARD, J.F. **O inumano: considerações sobre o tempo**. Lisboa: Rolo e Filhos – Artes Gráficas, 1990.

LATOUR, P. **Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica**. Rio de Janeiro: 34, 1994.

TOURAINE, A. **Crítica da modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1994.

### **AVALIAÇÃO**

Apresentação de Seminário;

Artigo: máximo: 15 laudas; Natureza: teórico-aplicada. Entrega: até 20 dias após o término do seminário na secretaria do PPG.

## **IDENTIFICAÇÃO**

**Programa de Pós-Graduação em Design**

**Disciplina: Seminário IV - Processos de Estratégia e Inovação**

**Semestre: 2012/1**

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática:

Código da disciplina: 97162

Professor: Gustavo Severo de Borba

## **EMENTA**

A atividade visa à compreensão dos processos de estratégia nas organizações. Analisa os processos de inovação nas organizações e seu impacto na cultura das empresas. Descreve conceitos e tipologias de inovação; apresenta estudos de caso sobre inovação.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

Conceitos de inovação

Processos de inovação

Gestão da inovação

Sistemas nacionais de inovação

Organizações inovadoras: Casos nacionais e internacionais

Métodos de inovação orientados pelo design

Design Thinking

Design Driven Innovation

Inovação Social

## **BIBLIOGRAFIA**

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

BROWN, Tim. **Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation.** Harper Business; First Edition. 2009

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

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. Boston: Harvard Business Press, 2009

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### **AVALIAÇÃO**

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

### **IDENTIFICAÇÃO**

Programa de Pós-Graduação em Design

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

Semestre: 2012/1

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática:

Código da disciplina: 097159

Requisitos de matrícula:

Professor: Prof. Dr. Celso Carnos Scaletsky

### **EMENTA**

Neste seminário será apresentada uma visão panorâmica do processo de projeto em design. Dentro da etapa metaprojetual serão apresentadas questões relacionadas ao papel do conceito e das referências a este processo. Exemplos de casos reais de projeto serão apresentados e relacionados às experiências concretas trazidas pelos profissionais estudantes do curso.

### **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**Primeiras Discussões** - Apresentação dos principais temas da disciplina e início de uma investigação.

**Cultura e Projeto** - Discussão do conceito de cultura, de artificial em oposição ao natural, investigando a pertinência ou não dessa divisão.

**Projeto e Cultura** - O conceito de design.

**Problema de Design** – O tema “problema de design” é essencial para a compreensão do processo de design e terá implicações sobre as futuras discussões ligadas ao Design Estratégico.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

CROSS, N. **Design Thinking**: Understanding how designers think and work. New York: BERG, 2011.

DORST, K. The Problem of the Design Problem. In: CROSS, N. EDMONDS, E. (org.). **Expertise in Design**. Design Thinking Research Symposium 6, Sidney: Creativity and Cognition Studios Press, 2007, p. 135-147.

FLUSSER, V. **O mundo codificado**: Por uma Filosofia do design e da comunicação. 1 ed. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

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

MALDONADO, T. **Design industrial**. Lisboa: Edições 70, 1999.

SANTAELLA, L.; NÖTH, W. **Imagem**: Cognição, Semiótica e Mídia. São Paulo: Iluminuras. 1998.

SCHÖN, Donald. A. **Educando o Profissional Reflexivo**. Porto Alegre: Artmed, 2000.

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

#### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

ARNHEIM, R. Sketching and the psychology of Design, **Design Issues**, Cambridge, v. 9. n. 2, 1993.

BROWN, T. Design Thinking, **Harvard Business Review**, Boston, p. 85-92, junho, 2008.

CALVERA, A. Treinando pesquisadores para o design: algumas considerações e muitas preocupações acadêmicas. **Design em Foco**, Salvador, v. 3, n. 1, 2006, p. 97-120.

CROSS, N. Design Research: A disciplined conversation, **Design Issues**, Cambridge, v. 15, n. 2, p. 5-10, 1999.

CROSS, N. Designerly Ways of Knowing: Design Discipline Versus Design Science. In: **Design Issues**, Cambridge, v. 17, n. 3, p. 49-55, 2001.

CROSS, N. Understanding Design Cognition. In: CROSS, N. **Designerly Ways of Knowing**. Basel: Birkhäuser. 2007. p. 99-103

DORST, K. Design Problems and Design Paradoxes, **Design Issues**, Cambridge, v. 22, n. 3, p. 4-17, 2006.

FLUSSER, V. **Filosofia da Caixa Preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.

GOLDSCHMIDT, G. On visual design thinking: the vis kids of architecture, **Design Studies**, Kidlington, v. 15, n. 2, p. 158-174, 1994.

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

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

MENG, J. C. S. Donald Schön, Herbert Simon and The Sciences of the Artificial, **Design Studies**, Kidlington, v. 30, n. 1, p. 60-68, 2009.

RITTEL, H. W. J.; MELVIN, M. W. Dilemmas in a General Theory of Planning, **Policy Sciences**, Cambridge, v. 4, p. 155-169, 1973.

SANDERS E.B.N. Design Research in 2006. **Design Research Quarterly**, v. 1, n. 1. p. 1-8, 2006. Disponível em: <http://www.drsg.org/issues/drq1-1.pdf>, acesso em: 01/02/2012

## **AVALIAÇÃO**

Apresentação e debate de artigos ou capítulos de livro propostos pela disciplina, participação nas discussões propostas e elaboração de artigo incluindo os principais conceitos trabalhados em aula, com a proposição de novos pontos de vista sobre o(s) tema(s) escolhido.

## **IDENTIFICAÇÃO**

**Programa de Pós-Graduação em Design**

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

**Semestre: 2012/1**

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática:

Código da disciplina: 97164

Requisitos de matrícula:

Professor: Prof. Dr. Paulo Reyes

Profa. Dra. Karine Freire

## **EMENTA**

A atividade discute o conceito de sistema-produto: conjunto integrado de produtos, serviços e estratégias de comunicação que tanto um ator ou uma rede de atores (empresas, instituições, organizações sem fins lucrativos, etc.) concebem e desenvolvem para obter um conjunto de resultados desejados. Discussão de casos aplicados em empresas que utilizam diferentes estratégias para o desenvolvimento do sistema-produto e cadeia de valor nas empresas.

## **CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Contexto do Design Estratégico
- Design e Imaterialidade
- Design e Inovação das Organizações
- Design Estratégico e Empresas
- Design Estratégico e Organizações
- Processo de Projeto DE: metaprojeto e projeto
- Resultado de Projeto: sistema-produto-serviço
- Outras abordagens estratégicas do Design

## **BIBLIOGRAFIA**

BROWN, Tim. Design Thinking. **Harvard Business Review**, Boston, p. 84-92, jun. 2008.

BUCHANAN, Richard. Design Research and the New Learning. **Design Issues**, Cambridge, v.17, n.4, p. 3-23. 2001.

CASTRO, Maria Luiza Almeida Cunha de; CARDOSO, Juliana. Estratégia e design: construção das abordagens Contemporâneas. **Strategic Design Research Journal**, São Leopoldo, v.3, n. 3, p.69-75, 2010.

CROSS, Nigel Designerly ways of knowing: design discipline versus design science. **Design Issues**, Cambridge, v. 17, n.3, 2001.

FRANZATO, Carlo. O design estratégico no diálogo entre cultura de projeto e cultura de empresa. **Strategic Design Research Journal**, São Leopoldo, v.3, n.3, p. 89-96, 2010.

LOCKWOOD, Thomas. Transition: becoming a design-minded organization. In: T. Lockwood (Ed.). **Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value**. New York: Allworth Press, 2010. Transition: becoming a design-minded organization, p.81-95

MANZINI, Ezio. **Artefatti**: verso una nuova ecologia dell'ambiente artificiale. Milano: Domus Academy. 1990. 206 p.

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. 2008.

MERONI, Anna. Strategic design to take care of the territory. Networking Creative Communities to link people and places in scenario of sustainable development. **P&D Design**, 8 Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, São Paulo, v. 1, p. 31-38, 2008

MOLES, Abraham A. Design and Immateriality: What of It in a Post Industrial Society? **The idea of design**, Cambridge: MIT Press, 1995. p. 268-274

MORAES, Dijon de. Metaprojeto: IN: MORAES, Djon. **Metaprojeto**: o design do design. São Paulo: Blucher, 2010.

MORELLI, Nicola. Designing Product/Service Systems: A Methodological Exploration. **Design Issues**, Cambridge, v.18, n.3, p. 3-17, 2002.

VERGANTI, Roberto. Inovação pelo design. **Harvard Business Review**, Boston, v.85, n.8, p. 66-73, 2007.

ZURLO, Francesco. **Design Estratégico**. Working Paper, 2010

## **AVALIAÇÃO**

Ensaio sobre o tema Design Estratégico a ser entregue no dia 28/05. Mínimo 7 páginas e Máximo 10 páginas - espaçamento 1,5 - Arial 12.