

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Oficina II – Planejamento e Simulação de Cenários

Semestre: 2012/02

Carga horária total: 30h

Créditos: 2

Área temática:

Código da disciplina: 97178

Requisitos de matrícula:

Professor: Prof. Dr. Paulo Edison Belo Reyes

EMENTA

Discute a importância do planejamento de cenários alternativos para a construção de estratégias organizacionais bem sucedidas. Serão analisados os princípios do planejamento de cenários - teorias de estratégia e as práticas de planejamento por cenários - contribuições de Heidjen, Senge, De Geus. Será dada ênfase ao projeto de cenários e à utilização da simulação computacional para a construção de modelos para apoio à tomada de decisão. Por fim, dar-se-á ênfase ao processo de aprendizagem organizacional obtido a partir da prática de simulação de cenários.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Identidade
- Cenários
- Complexidade
- Epistemologia
- Metodologia

BIBLIOGRAFIA

DE GEUS, A. **A Empresa Viva**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

EASTERBY-SMITH, M.; BURGOYNE, J.; ARAUJO, L. **Aprendizagem organizacional e organização de aprendizagem**: desenvolvimento na teoria e na prática. São Paulo: Atlas, 2001. 301p.

HEIJDEN, K. **Planejamento de cenários**: a arte da conversação estratégica. Editora Bookman, 2004.

HOLLOCKS, B. A well-kept secret? Simulation in manufacturing industry reviewed. **OR Insight**, New York, p. 12-17, out-dez. 1992.

KOLB, D. A gestão e o processo de aprendizagem. In: STARKEY, K. (Org.) **Como as organizações aprendem**: relatos do sucesso das grandes empresas. São Paulo: Futura, 1997. p. 321-341.

LAW, A.; KELTON, D. **Simulation Modelling and Analysis**. New York, McGraw-Hill, 1991.

MORGAN, G. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 1996.

PIDD, M. **Modelagem Empresarial**: ferramentas para tomada de decisão. Porto Alegre, Artes Médicas, 1998. 314p.

RUAS, R. **Os novos horizontes de gestão**: aprendizagem organizacional e competências. Porto Alegre: Bookman, 2004.

SENGE, P. **A quinta disciplina**: arte, teoria e prática da organização de aprendizagem. São Paulo: Best-Seller, 1990. 352p.

AVALIAÇÃO

Consideraremos os seguintes aspectos para efeito de avaliação da disciplina:

- Apresentação e debate de artigos ou capítulos de livro propostos pela disciplina;
- Formulação de questões chave sobre os temas de cada aula;
- Participação nas discussões propostas;
- Elaboração de artigo final (individual ou dupla), 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: Oficina IV - Construção e Representação de Referências e Conceitos de Projeto em Ambiente Computacional através de Mapas Conceituais

Semestre: 2012/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97173

Professor: Celso Carnos Scaletsky

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Discussão sobre o método
2. Briefing e Contrabriefing
3. Brainstorm e Mapas Conceituais
4. Blue sky
5. Moodboard e Personas
6. Storyboard
7. Pesquisas Contextuais – Análise SWOT e Matriz BCG
8. Construção de Cenários
9. Concept

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

- CAUTELA, Cabirio. **Strumenti di design management**. Milão: FrancoAngeli, 2007.
- CAUTELA, Cabirio; ZURLO, Francesco. **Relazioni produttive**. Milão: Aracne, 2006.
- CELASCHI, Flaviano; DESERTI, Alessandro. **Design e Innovazione**: Strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci, 2007.
- CROSS, Nigel. **Engineering Design Methods Strategies for Product Design**. West Sussex: John Wiley & Sons, 2000.
- PHILLIPS, Peter L. **Briefing**: a gestão do projeto de design. São Paulo: Blucher, 2008.
- WRIGHT, Peter, Kroll, Mark J. e Parnell, John. **Administração Estratégica**. São Paulo: Atlas, 2007.
- VAN DER HEIJDEN, Kees. **Planejamento de cenários**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

- BRANDÃO, Carlos Carlos Antônio Leite. Linguagem e Arquitetura: o problema do conceito. **Anais... I Seminário Interpretar Arquitetura**. Belo Horizonte: EAUFMG, 2001. Disponível em: <http://www.arquitetura.ufmg.br/ia>, em 01/07/2012.
- CAÑAS, A. J.; LEAKE, D. B.; WILSON, D. C. **Managing, Mapping, and Manipulating Conceptual Knowledge**. Pensacola: Institute for Human and Machine Cognition/University of West Florida e Computer Science Department/Indiana University, 1999.
- CASAKIN, Hernan P. Metaphors in Design Problem Solving: Implications for Creativity. In: **International Journal of Design**, Taiwan, v.1, n.2, 2007.
- FISCHER, G, SCALETSKY, C.C. AMARAL, L. O storyboard como instrumento de projeto: reencontrando as contribuições do audiovisual e da publicidade e seus contextos de uso no design. **Strategic Design Research Journal**, São Leopoldo, v. 3, p. 2, 2010.
- LELIE, Corrie van der. The value of storyboards in the product design process. **Personaland Ubiquitous Computing**, London, v. 10, n. 2-3, 2006. Disponível em: <http://www.springerlink.com/content/lmvm49832p4887r1>, em 01/07/2012.
- NONAKA, I.; KONNO, N. The concept of "Ba": building a foundation for knowledge creation. **Califórnia Management Review**, Berkeley, v. 40, n. 3, p. 40-54, 1998.
- NOVAK, J.; CAÑAS, Alberto. **The Theory Underlying Concept Maps and How to Construct Them**. Pensacola: Florida Institute for Human and Machine Cognition, 2006.

PEREIRA, Taís V.; SCALETSKY, Celso. Mood Board como espaço de construção de metáforas e conceitos de design. **CIPED 2011**, Lisboa, p. 1-4, 2011.

SCALETSKY, Celso C. Pesquisa aplicada / pesquisa acadêmica: o caso Sander. **Anais...** Oitavo Congresso Brasileiro de Pesquisa & Desenvolvimento em Design, São Paulo: Centro Universitário SENAC, 2008. p. 1132-1145.

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 artigo relacionando os conceitos trabalhados em aula, com um exercício de pesquisa projetual.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: **Oficina V – Etnografia Aplicada ao Design**

Semestre: 2012/2

Carga horária: 30h-a

Créditos: 02

Área temática: DESIGN

Código da disciplina: 097175

Professor: Prof. Dr. Leandro Tonetto

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Problema de Pesquisa e Objetivos
- Pesquisa de Vertente Qualitativa
- Saturação em Pesquisa Qualitativa
- Pesquisa Etnográfica
- Pesquisa Ação
- Estudo de Caso
- Pesquisa quantitativa (descritiva e experimental)
- Elaboração de instrumentos de coleta de dados
- Amostra e amostragem
- Projeto de Pesquisa

BIBLIOGRAFIA

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

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

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

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

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

AVALIAÇÃO

A avaliação será feita a partir de prova individual, na qual o(a) aluno(a) deverá apresentar uma proposta metodológica, baseada em seu projeto de dissertação.

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

Disciplina: Oficina VI – Marketing Estratégico

Semestre: 2012/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97176

Professor: Prof. Dr. Filipe Campelo Xavier da Costa

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

Orientação para o mercado

Estratégia de marketing

Processo decisório de compra

Influências sobre o comportamento

Experiência de consumo

Design e Emoção

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia Básica

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

BLACKWELL, Roger; MINIARD, Paul; ENGEL, James. **Comportamento do consumidor**. 9. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

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

CHITTURI, Ravindra; RAGHUNATHAN, Rajagopal & MAHAJAN, Vijay. Delight by design: the role of hedonic versus utilitarian benefits. **Journal of Marketing**, Chicago, v.72, May 2008.

COVA, Bernard; PACE, Stefano. Brand community of convenience products: new forms of customer empowerment – the casa “my Nutella The Community”. **European Journal of Marketing**, Bingley, v. 40, n. 9, 2006.

CRAVENS, David & PIERCY, Nigel. **Marketing estratégico**. 8. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.

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

NORMAN, Donald. **Design emocional**: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. Rio de Janeiro: Rocco, 2009.

OLIVER, Richard. **Satisfaction**: a behavioral perspective on the consumer. The McGraw-Hill, 1997.

REYNOLDS, T. J.; GUTMAN, J. Laddering theory: method, analysis, and interpretation. **Journal of Advertising Research**, Oxfordshire, v.28, p.16, 1998.

Bibliografia Complementar

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

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

BREI, Vinícius. Da necessidade ao desejo de consumo: uma análise sobre o papel do marketing na transformação do significado da água. **Anais... ENCONTRO NACIONAL DA ANPAD**, 31, Rio de Janeiro, 2007.

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

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

FARIAS, Salomão Alencar de. Store atmospherics and experiential marketing: a conceptual framework and research propositions for an extraordinary customer experience. IN: Encontro de Marketing da ANPAD, 4, Florianópolis. **Anais...** Florianópolis: ANPAD: 2010.

HILL, Dan. **Emotionomics**: winning hearts and minds. New York: Adams Business & Professional, 2007.

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

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

McLELLAN, Hillary. Experience design. **Cyberpsychology and Marketing**, New Rochelle, v.3, n. 1, 2000.

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

MUGGE, Ruth; SCHOORMANS, J.; SCHIFFERSTEIN, N.J. Emotional bonding with personalised products. **Journal of Engineering Design**, v. 20, n.5, p. 467-476, October 2009.

URDAN, A.; ROCHA, A. Orientação para o mercado: origens, avanços e perspectivas. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.46, n.2, 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**, Thousand Oaks, vol. 20, 1992.

AVALIAÇÃO

- 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: 2012/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97160

Professor: Profa. Dra. Ione Bentz

EMENTA

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- O social
- O simbólico
- O design
- A significação
- A comunicação

BIBLIOGRAFIA

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

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

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

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

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

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

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

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

GOMES, R. A cidade como arena da multiculturalidade. **Revista eletrônica e-compós**, São Paulo, v.1, dezembro de 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. **Anais...** Semiótica da Comunicação, XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (INTERCOM), Belo Horizonte: 2003. 13 p.

SILVA, R. Da cidade-fluxo à cidade do possível. **Anais...** Comunicação e Sociabilidade, XI Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), Rio de Janeiro: 2002. 13 p.

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

AVALIAÇÃO

Apresentação de Seminário;

Teste de aproveitamento: conteúdo das aulas;

Artigo: Máximo:15 laudas; Natureza: teórico-aplicada

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

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

Semestre: 2012/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: DESIGN

Código da disciplina: 097155

Requisitos de matrícula:

Professores: Profa. Dra. Karine Freire

Prof. Dr. Carlo Franzato

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

- Inovação e Empreendedorismo Social
- Design Centrado no Humano
- Redes de Projeto
- Construção de um workshop
- Estruturação do briefing
- Estruturação das pesquisas
- Desenvolvimento das pesquisas
- Caso Projeto Dream:In

BIBLIOGRAFIA

BERTOLA, P.; TEIXEIRA, C. Design as a knowledge agent. How design as a knowledge processes embedded into organizations to foster innovation. **Design Studies**, Chicago, v.24, n.2, p. 181-194, 2002.

BIGNETTI, L. P. As inovações sociais: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v.47, n. 1, p. 3-14, 2011.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede** (A era da informação: economia, sociedade e cultura, vol. I). São Paulo: Paz e Terra, 2009.

DATTA, P. B. Exploring the evolution of a social innovation: a case study from India. **International Journal of Technology Management and Sustainable Development**, London, v.10; n. 1, p. 55-75, 2011.

DILLE, T.; SÖDERLUND, J. Managing inter-institutional projects: The significance of isochronism, timing norms and temporal misfits. **International Journal of Project Management**, Hoboken, v.29, n.4, p. 480-490, maio 2011.

FREIRE, K.; BORBA, G.; DIEBOLD, L. Participatory design as an approach to social innovation. **Design Philosophy Papers**, Queensland, v.10, n.1, 2012.

NORMAN, D.; VERGANTI, R. **Incremental And Radical Innovation: Design Research Versus Technology And Meaning Change**. 2012. Disponível em: www.jnd.org, em 01/07/2012.

MANZINI, E. Scenarios of sustainable well-being. **Design Philosophy Papers**, Queensland, v.1, n.1, 2003.

MARGOLIN, V.; MARGOLIN, S. Um "Modelo Social" de Design: questões de prática e pesquisa. **Design em Foco**, Salvador, v.1, n.1, p. 43-48, 2004.

MORELLI, N. Social Innovation and New Industrial Contexts: Can Designers "Industrialize" Socially Responsible Solutions? **Design Issues**, Chicago, v.23, n.4, p. 3-21, 2007.

SIMON, L. Managing creative projects: An empirical synthesis of activities. **International Journal of Project Management**, Hoboken, v.24, n.2, p. 116-126, 2006.

STEEN, M. Tensions in human-centred design. **CoDesign**, Baltimore, v.7, n.1, p. 45-60, mar 2011.

VISSER, F. S. et al. Contextmapping: experiences from practice. **CoDesign**, Baltimore, v.1, n.2, p. 119-149, 2005.

AVALIAÇÃO

- Apresentação dos seminários temáticos
- Participação nas discussões dos seminário temáticos
- Levantamento dos dados das pesquisas centradas no humano;
- Estruturação de problema de pesquisa a ser enfrentado na segunda etapa (título, abstract, palavras-chave, introdução e esboço metodológico).

IDENTIFICAÇÃO

Programa de Pós-Graduação em Design

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

Semestre: 2012/2

Carga horária: 30h

Créditos: 02

Área temática: Design Estratégico

Código da disciplina: 97156

Professor: Prof. Dr. Carlo Franzato

Profa. Dra. Karine Freire

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 socioeconômico da cidade ou região. Serão analisados diferentes cenários, reconhecidos a partir da identidade local e consolidados em estratégias de design para o desenvolvimento sustentável e a construção de uma nova identidade.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

- Avaliação das pesquisas desenvolvidas
- Desenvolvimento do workshop
- Sessões de Ideação
- Desenvolvimento de conceitos de projeto
- Apresentação dos resultados
- Discussão dos resultados

BIBLIOGRAFIA

BERTOLA, P.; TEIXEIRA, C. Design as a knowledge agent: How design as a knowledge process is embedded into organizations to foster innovation. **Design Studies**, Chicago, v.24, n.2, p. 181-194, 2003.

- BRITTO, Á. M.; KRUCKEN, L.; REYES, P.; FRANZATO, C. Design estratégico aplicado ao território: valorização do queijo Serrano e do seu terroir. In: P&D – 10º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. **Anais..** 10º Congresso Brasileiro de Pesquisa & Desenvolvimento em Design, 2012. OBS: EM PUBLICAÇÃO.
- CALVERA, Anna. Treinando pesquisadores para o design: algumas considerações e muitas preocupações acadêmicas. **Revista Design em Foco**, Salvador, v.3, n.1, p. 97-120, 2006.
- CELASCHI, Flaviano; DESERTI, Alessandro. **Design e innovazione**: strumenti e pratiche per la ricerca applicata. Roma: Carocci Editore, 2007.
- FRAGA, E. **Workshop em design**: espaços de aprendizagem e geração de conhecimentos. Dissertação de Mestrado – Programa de Pós Graduação em Design, Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Porto Alegre, 2011.
- FRANZATO, C. ; KRUCKEN, L. ; REYES, P. E. B. . Design for territorial development in emerging economies: Brazilian experiences of research and teaching. In: International forum of design as a process, 2012, Torino. **Innovation in design education – Theory, research and processes to and from a Latin perspective**. Torino: Allemandi & C., 2012, pp. 408-424.
- FRANZATO, C.; CELASCHI, F. Processo de metaprojeto para o desenvolvimento estratégico e a inovação das organizações. **Anais...** 10º Congresso Brasileiro de Pesquisa & Desenvolvimento em Design, 2012. OBS: EM PUBLICAÇÃO.
- FRAYLING, Christopher. Research in Art and Design. **Royal College of Art Research Papers**, v.1, n.1, p.1-5, 1993.
- FREIRE, K.; SANGIORGI, D. Service Design & Healthcare Innovation: From consumption, to co-production and co-creation. **Serv.Des. – Second Nordic Conference on Service Design and Service Innovation**, v.2, n.4, p. 13-26, 2010.
- GUIDALI, L.; FRANZATO, C.; SCALETISKY, C. C. Playing with packaging. A collaborative design experience between university and company. **Strategic Design Research Journal**, São Leopoldo, v. 5, n. 1, p. 24-30, 2012.
- HANAUER, R.; REMUS, B.; REYES, P.; FRANZATO, C. Co-design de ambientes online para promover a participação dos cidadãos. In: P&D – 10º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. **Anais...** 10º Congresso Brasileiro de Pesquisa & Desenvolvimento em Design, 2012. OBS: EM PUBLICAÇÃO.
- KEINONEN, T.; JAASKO, V.; MATTELMAKI, T. Three-in-one user study for focused collaboration. **International Journal of Design**, Taiwan, v.2, n.1, p. 1-10, 2008.

- KRUCKEN, L. Análise da cadeia de valor como estratégia de inovação. **Dom (Fundação Dom Cabral)**, São Paulo, v. 9, p. 30-37, 2009.
- KUMAR, Vijay. Innovation Planning Toolkit. In: FutureGround Design Research Society International Conference. Melbourne, 17 a 21 Nov. 2004. **Proceedings of the FutureGround Design Research Society International Conference**. Victoria: Monash University, 2004.
- LLOYD, P.; DEASLEY, P. Ethnographic description of design networks. **Automation in Construction**, Amsterdam, v.7, n.2, p. 101-110, 1998.
- MCQUAID, H.M.; GOEL, A. & MCMANUS, M. When You Can't Talk To Customers: Using Storyboards and Narratives to Elicit Empathy for Users. **Proceedings of the Designing Pleasurable Products and Interfaces Conference**. Pittsburgh: 2003.
- MENDES, L.; MORAES, A. Análise ergonômica da situação dos idosos pedestres em relação à sinalização de Copacabana. **Estudos em Design Articles**, Rio de Janeiro, v.17, n.2, 2009.
- MILLEN, D. Rapid ethnography: time deepening strategies for HCI field research. **Proceedings of the 3rd conference on Designing**, 2000. p. 280-286.
- NEWBURY, Darren. Knowledge and research in art and design. **Design Studies**, Chicago, v.17, n.2, p. 215-219, 1996.
- SCALETSKY, C. C. Pesquisa Aplicada / Pesquisa Acadêmica - O caso Sander. **Anais... P&D – 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa & Desenvolvimento em Design**, 2008, São Paulo. p. 1133-1145.
- STEEN, M.; MANSCHOT, M. ; KONING, N. Benefits Od Co-Design In Service Design Projects. **International Journal of Design**, Chicago, v.5, n.2, 2011.
- STUBER, E. C. **Inovação pelo design**: uma proposta para o processo de inovação através de workshops utilizando o design thinking e o design estratégico. São Leopoldo: Unisinos, 2012.

AVALIAÇÃO

- Participação durante todo o processo de desenvolvimento do workshop;
- Elaboração por grupo de relatório da segunda etapa apresentando a reflexão sobre o processo projetual;
- Elaboração de artigo a partir do problema de pesquisa estruturado na primeira etapa e enfrentado na segunda.