

**PROGRAMA DE DISCIPLINA**

<b>PERÍODO</b>	6°	<b>DISCIPLINA</b>	Fatores Econômicos	
1° SEMESTRE [ ]		<b>PROFESSOR</b>	Lucas Cristiano Ferreira Alves	
2° SEMESTRE [ X ]		<b>CURSO</b>	Design de Ambientes	
<b>ANO</b>	2018	<b>CARGA HORÁRIA</b>	32h/a	<b>N° DE VAGAS</b> 40
		<b>CLASSIFICAÇÃO</b>	[X] OBRIGATÓRIA	[ ] OPTATIVA

<b>EMENTA</b>	Estudos dos contextos nos seus aspectos econômicos para compreensão dos fatores que interferem na relação usuário, objeto e ambiente.
---------------	---

<b>OBJETIVO GERAL</b>	Analisar os fundamentos da economia e suas relações com o design de produtos, contextualizando a realidade sócio-econômica do mercado. Proporcionar o entendimento sobre os comportamentos dos mercados e a inter-relação destes com as decisões organizacionais. Contextualizar a situação econômica nacional com as estruturas políticas, sociais e culturais da contemporaneidade.
-----------------------	---

<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	Identificar a evolução das estruturas econômicas em função das questões políticas, sociais, e culturais; Desenvolver no aluno a capacidade de analisar os fatores econômicos e relacioná-los com a atuação do profissional de design; Fornecer apoio ao desenvolvimento de estratégias econômicas na atividade da prática projetual.
------------------------------	--

<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>	<p><b>Unidade 1 – Conceitos fundamentais da Economia Geral e Dinâmica Global</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Definições, relações e limites da economia;</li> <li>1.2 Evolução Histórica da Economia Global;</li> <li>1.3 Capitalismo, socialismo e democracia;</li> <li>1.4 Globalização e Comércio Internacional - Cenário Econômico Atual; Blocos econômicos; Competitividade entre as Nações/ Balança Comercial; O papel do design na evolução da economia dos países.</li> </ol> <p><b>Unidade 2 – Microeconomia</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 Noções de Microeconomia Modelos teóricos da economia: variáveis, gráficos e teorias econômicas; Funcionamento dos mercados. Demanda e oferta: conceitos, gráficos e deslocamentos;</li> <li>2.2 Decisões de demanda e oferta Análise da demanda: efeito substituição e efeito renda; Elasticidade-preço, elasticidade cruzada e elasticidade renda; Classificação dos bens de consumo; Princípio Marginal; Análise da Oferta: Receita, custo econômico e lucro econômico; Estoque e fluxo; Ativos, passivos e patrimônio líquido; Limites entre economia e contabilidade; Custo marginal, receita marginal e lucro marginal; Economias e deseconomias de escala.</li> <li>2.3 Análise das Estruturas dos mercados: Monopólio, concorrência perfeita e concorrência imperfeita.</li> </ol> <p><b>Unidade 3 – Macroeconomia</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 Noções de Macroeconomia; Detalhamento da Macroeconomia: definição do sistema econômico e fluxos do sistema econômico;</li> <li>3.2 Fatores de Produção;</li> <li>3.3 Teoria do Equilíbrio Geral;</li> </ol>
------------------------------	--

	<p>3.4 Mercado de Trabalho: taxa de salários e o nível de emprego; 3.5 Mercado de Bens e Serviços: o nível de produção agregada bem como o nível de preços;</p> <p><b>Unidade 4 –Estudos Econômicos Aplicados ao Design</b></p> <p>4.1 Economia Cotidiana – Relações Econômicas e de Consumo; 4.2 Preço, Custo e Valor; 4.3 Economia de Empresas; 4.4 Relações econômicas no Design.</p>
--	--

<b>PROCESSOS METODOLÓGICOS</b>	Trabalhos práticos em grupos envolvendo filmes, palestras e cases empresariais; aulas expositivas teóricas com o apoio de slides; seminários e análise de textos de revistas, jornais e livros.
--------------------------------	---

<b>RECURSOS DIDÁTICOS</b>	Projektor multimídia e computador para apresentações.
---------------------------	---

<b>PROCESSOS AVALIATIVOS</b>	Trabalhos, seminários, resenhas, exercícios e provas.
------------------------------	---

<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BELTRÃO, André. <b>Manual do freela: quanto custa o meu design?</b> Gestão financeira para <i>freelancers</i>. Rio de Janeiro, 2AB, 2010.</li> <li>• DORNBUSCH, Rudiger; FICHER, Stanley; BEGG David. <b>Introdução à economia</b>. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.</li> <li>• KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. <b>Princípios de marketing</b>. São Paulo: Prattice Hall, 2003.</li> </ul>
----------------------------	---

<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DOLABELA, Fernando. <b>O segredo de Luiza</b>. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.</li> <li>• DORNBUSCH, Rudiger; FICHER, Hander. <b>Macroeconomia</b>. São Paulo: Makron e McGraw Hill, 1991.</li> <li>• FRIEDMAN, Thomas L; SERRA, Cristiana de Assis (Trad.). <b>O mundo é plano: o mundo globalizado no século XXI</b>. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.</li> <li>• KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. <b>Princípios de marketing</b>. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.</li> <li>• NEUMEIER, Marty. <b>A empresa orientada pelo design</b>. Porto Alegre: Bookman, 2010.</li> <li>• <b>O Livro da economia</b>. São Paulo: Globo, 2013 – vários autores.</li> <li>• PINDYCH, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. <b>Microeconomia</b>. São Paulo: Makron Books, 1999.</li> <li>• PASSOS, Carlos Roberto; NOGAMI, Otto. <b>Princípios de economia</b>. São Paulo: Pioneira, 1999.</li> </ul>
----------------------------------	--

**Professor Responsável:** Lucas Cristiano Ferreira Alves