

PROGRAMA DE DISCIPLINA

PERÍODO		DISCIPLINA	PRÁTICA PROJETUAL IV	
1º SEMESTRE []		PROFESSOR	Ana Luiza Cerqueira Freitas, Anderson Horta e Cristina Abijaode	
2º SEMESTRE [X]		CURSO	Design de Produto	
ANO	2017	CARGA HORÁRIA	64h/a	Nº DE VAGAS 40
		CLASSIFICAÇÃO	[X] OBRIGATÓRIA	[] OPTATIVA

EMENTA	
	Planejamento e desenvolvimento de projetos de várias complexidades como instrumento para experimentar e verificar metodologias e aplicações tecnológicas.

OBJETIVO GERAL	
	Proporcionar uma visão sistêmica sobre a atividade projetual do design dentro do contexto do desenvolvimento de novos produtos por meio do metaprojeto e do <i>design driven innovation</i> como modelos metodológicos de design.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
	<p>Promover o design a protagonista do processo de desenvolvimento de novos produtos;</p> <p>Compreender novos métodos de identificação da oportunidade do negócio;</p> <p>Compreender o produto por perspectiva ampliada;</p> <p>Compreender a multidisciplinaridade e a interdisciplinaridade do desenvolvimento de novos produtos;</p> <p>Utilizar novas ferramentas de apoio ao projeto, como Metaprojeto e Design Driven;</p> <p>Tratar o produto como um empreendimento, entendendo todo o seu ciclo de vida.</p>

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	
	<p>A disciplina é dividida em três etapas distintas, focadas nas vivências de um processo de desenvolvimento de um novo produto que inclui todo o seu ciclo de nascimento, ou seja, da sua concepção à sua modelagem, tendo como métodos norteadores o Metaprojeto e Design Driven Innovation.</p> <p>1) PRIMEIRA ETAPA: Indicação de no máximo 02 segmentos produtivos. Esta etapa utiliza os métodos Metaprojeto e Design Driven Innovation como indutores do processo.</p> <p>Etapa iniciada com aulas expositivas teóricas sobre Metaprojeto e Design Driven Innovation. Pesquisa e Análise das grandes áreas/segmentos sugeridos*:</p> <p>O objetivo é construir uma plataforma de informações [macro] de modo a identificar problemas ou oportunidades de projetos de design. públicos alvo, ambientes, mercados, sistemas produtivos [micro], tecnologia, aspectos sociais, ambientais e econômicos, cultura local;</p> <p>Definir atributos regionais (pacote de benefícios: funcionais, de usabilidade, ergonômicos, semânticos, estéticos e simbólicos) e apresentar um briefing;</p> <p>*registrar, organizar e classificar as informações utilizando: fotografias, gravações, mapas mentais, textos, etc;</p>

	<p>SEGUNDA ETAPA: Definição de projeto de produto, geração de alternativas, elaboração de proposta de produto. Objetivo: Elaboração de <i>briefing</i>, geração e configuração de alternativas de solução tendo como referência o contexto apresentado.</p> <p>Definição de briefing elaborado de acordo com a etapa anterior; sistematização da geração de soluções através de ferramentas de processo criativo;</p> <p>TERCEIRA ETAPA: Estudos tridimensionais e apresentação da solução final do Produto</p> <p>Esta etapa consiste na elaboração e apresentação da defesa da viabilidade da solução escolhida.</p> <p>Elaborar modelos tridimensionais virtuais e físicos para avaliações; Detalhar e especificar os aspectos técnicos (tecnologias, processos produtivos e materiais) com o objetivo de materializar a alternativa;</p> <p>Em linhas gerais, desenvolver e apresentar a estratégia de introdução do produto no mercado destacando os aspectos financeiros (investimentos, custos e possível retorno do investimento), logística, posicionamento do produto, vendas, parcerias e mercado.</p>
--	---

<p>PROCESSOS METODOLÓGICOS</p>	<p>Aulas expositivas teóricas com o apoio de imagens, textos e vídeos, discussões e seminários, trabalhos práticos orientados individualmente em sala de aula pelos professores.</p>
---------------------------------------	--

<p>RECURSOS DIDÁTICOS</p>	<p>Equipamentos Multimídias Quadro-negro</p>
----------------------------------	--

<p>PROCESSOS AVALIATIVOS</p>	<p>Grau de Envolvimento - Frequência, interação/colaboração, grau de interesse, participação nas aulas;</p> <p>Métodos e processos de Trabalho – Capacidade de sistematização de informações/conhecimentos; capacidade de planejar, desenvolver, organizar e implementar ações de design;</p> <p>Soluções / Inovação – Grau de ineditismo, inovação e potencial de diferenciação de soluções existentes;</p> <p>Comunicação e apresentação ORAL e ESCRITA (Dossiê) Planejamento e efetividade da comunicação, formatação, desenhos, imagens, renderes, coerência no texto, revisão bibliográfica, etc.</p> <p>Distribuição dos pontos: Exercício Projetual dividido em 3 Etapas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1ª Etapa: 30 pontos / 1ª nota; • 2ª Etapa: 30 pontos / 2ª nota; • 3ª Etapa: 40 pontos / 3ª nota.
-------------------------------------	--

<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</p>	<p>BAXTER, Mike. Projeto de produto: guia prático para o desenvolvimento de novos produtos. São Paulo: Edgard Blücher, 1998.</p> <p>BÜRDEK, Bernhard E. Design: história, teoria e prática do desenho industrial. São Paulo:</p>
-----------------------------------	--

	Edgard Blücher, 2005. LOBACH, Bernard. Design Industrial. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.
--	---

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	ÁLVARES, Maria Regina. A criatividade na solução de problemas. Anais 4º Congresso Internacional de Pesquisa em Design. Rio de Janeiro. 2007. CALDAS, Dário. Vantagem Observatório de Sinais – teoria e prática da pesquisa de tendências. Rio de Janeiro: Editora SENAC Rio. 2004. KELLEY, Tom, LITTMAN, Jonathan. A arte da inovação. São Paulo: Futura, 2ª ed., 2002. VERGANTI, Roberto. Design Driven Innovation: changing the rules of competition by radically innovating what things mean. Cambridge: Harvard Business Press. 2009. MANZINI, Ezio e VEZZOLI, Carlo. O desenvolvimento de produtos sustentáveis. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo. 2002. MORAES, Dijon de. Metaprojeto: o design do design. São Paulo: Blucher. 2009.
--------------------------------------	--

Professor Responsável: Ana Luiza Cerqueira Freitas, Anderson Horta e Cristina Abijaode
