

PROGRAMA DE DISCIPLINA

PERÍODO	6°	DISCIPLINA	PRÁTICA PROJETUAL IV	
1° SEMESTRE []		PROFESSOR	Igor Goulart Toscano Rios e Pedro Henrique Pereira Nascimento	
2° SEMESTRE [X]		CURSO	Design de Produto	
ANO	2017	CARGA HORÁRIA	64h/a	N° 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	Exercitar a técnica do projeto aliada à gestão do design de forma estratégica, buscando desenvolver todas as fases do projeto: análise de mercado, conceituação, projeto, comunicação e distribuição. A disciplina tem como objetivos a extensão e o desdobramento dos conhecimentos até agora adquiridos pelos alunos, na aplicação e desenvolvimento de projetos baseados no processo produtivo, na seleção de materiais, na industrialização e na comercialização, através do entendimento e visão sistêmica do aluno sobre as empresas e o contexto mercadológico.
-----------------------	--

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Ampliar os conhecimentos e aprofundá-los, através de ensaios projetuais que aproximem o aluno da realidade mercadológica, incorporando as características, atributos e fatores determinantes de um produto e seus diferentes aspectos e requisitos, dentre eles: estéticos, funcionais, simbólicos, ergonômicos, culturais, formas de utilização, elementos estruturais, procedimentos fabris, dentre outros.
------------------------------	---

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	<p>Procedimentos de análise e compreensão do "universo" do design através de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contextualização do design de produtos e o papel do designer. • Análise das metodologias de desenvolvimento de produtos atualmente aplicadas. • O design integrado (produto, embalagem, ponto de venda, ambiente, comunicação) • Compreensão do contexto de uma política de desenvolvimento de produtos nas empresas. • O design como ferramenta estratégica de negócios. • O contexto da Inovação e da Competitividade. • Casos de sucesso. Empresas reativas e pró-ativas. • Novas tecnologias e novas ferramentas de trabalho. • Métodos aplicados nos exercícios de projeto. Exercícios de definição e solução de problemas, Exercícios de conceituação de projeto, desenvolvimento, etc. • Participação direta das disciplinas de expressão gráfica e materiais e processos.
------------------------------	--

PROCESSOS METODOLÓGICOS	<p>Aulas expositivas teóricas com o apoio de imagens, textos e vídeos, trabalhos práticos orientados em sala de aula pelo professor, discussões e seminários e trabalho prático.</p> <p>A disciplina prevê a estruturação de dois projetos com crescente grau de dificuldade para a solução de problemas, compondo assim um panorama da atuação e evolução do desempenho de cada aluno (do planejamento do projeto, da proposta conceitual, da visita técnica às empresas para viabilidades do produto, até a exposição final e avaliação).</p>
--------------------------------	---

	<p>Durante o semestre, serão desenvolvidas as atividades pertinentes ao projeto, cuja complexidade crescente tem a finalidade de aplicação e apreensão dos métodos de design, com o objetivo de apresentar todas as etapas da atividade de design de produto.</p> <p>Compreender e dominar o MANEJO DE MÉTODOS E TÉCNICAS aplicados ao desenvolvimento de projetos de design, de forma gradual e cumulativa de experiências. Nesta disciplina os alunos terão a oportunidade de reunir todos os conhecimentos adquiridos ao longo das aulas, explanações teóricas, comentários e os exercícios de projetos experimentados nas Práticas Projetuais anteriores.</p> <p>Dominar a capacidade de pesquisa e síntese. Buscar fontes de informações e em seguida analisar, selecionar e quantificar o que foi coletado. A INFORMAÇÃO é parte fundamental na elaboração dos requisitos e restrições do projeto - (Briefing).</p> <p>Sobre Métodos: Cumprir as regras do Planejamento da Disciplina.</p> <p>Aprender a planejar o tempo e as atividades exigidas. Todos profissionais de DESIGN apresentam relatórios aos seus clientes, neste caso utilizamos regras e formatos, o dossiê ou relatório.</p> <p>Compreender os elementos necessários ao desenvolvimento de um produto a partir da abordagem do design como atividade sistêmica, buscando soluções diferenciadas e inovadoras para problemas propostos.</p> <p>Identificar e incorporar às soluções de projeto as características, atributos e fatores determinantes de um produto e seus diferentes aspectos e requisitos. Associados os usuários e seus modos de utilização. Ampliando ainda os conhecimentos e vivências sobre o que é CONCEITO, considerando conceito, um conjunto de requisitos que nasce a partir dos elementos do BRIEFING do projeto.</p>
--	--

<p>RECURSOS DIDÁTICOS</p>	<p>Equipamentos Multimídia.</p>
----------------------------------	---------------------------------

<p>PROCESSOS AVALIATIVOS Enunciar e explicar resumidamente as atividades que serão realizadas pelos alunos, com indicação de pontuação.</p>	<p>Atividades propostas:</p> <p>A avaliação da disciplina será semanalmente de acordo com as atividades propostas pelos professores. A cada fechamento de etapa será feito um balanço do desenvolvimento do aluno e avaliada a nota de acordo com as atividades cumpridas por ele. As atividades são as seguintes:</p> <p>Apresentação da disciplina</p> <ul style="list-style-type: none"> + Atividades para a próxima aula: <ul style="list-style-type: none"> - Divisão dos alunos em trios - Apresentar pesquisa de 3 possíveis contextos de oportunidades <p>Apresentação dos possíveis contexto de oportunidade de trabalho</p> <ul style="list-style-type: none"> + Check-in da semana: <ul style="list-style-type: none"> - Divisão dos alunos? - Apresentação dos 3 contextos de oportunidade? - Definir contexto de oportunidade (em sala)? + Atividades para a próxima aula: <ul style="list-style-type: none"> - Aprofundar o mapeamento do contexto de oportunidade escolhido - Refinamento da pesquisa - Entendimento de usuário/características/hábitos/etc. - Mapeamento das ações - Observar, vivenciar, entrevistar, registrar e analisar <p>Apresentação do mapeamento mais profundo do contexto de oportunidade</p> <ul style="list-style-type: none"> + Check-in da semana: <ul style="list-style-type: none"> - Profundidade de informações? - Coerência de raciocínio? - Houve refinamento? - Chegou ao entendimento de usuário/características/hábitos? - Observou, vivenciou, entrevistou, registrou e analisou? - Mapeamento de ações coerente? + Atividades para a próxima aula: <ul style="list-style-type: none"> - Refinar mapeamento de ações - Problemas das ações possibilitam uma proposta de produto
---	--

Apresentação do mapeamento das ações refinado

+ Check-in da semana:

- Houve refinamento?
- Problemas das ações possibilitam uma proposta de produto?

+ Atividades para a próxima aula:

- Resumir caminho até o problema para apresentação da etapa
- Definição do produto

- Mapeamento do círculo de relações do produto (mercado)

- Definição de concorrentes, similares, diálogos, etc. (se existir)
- Painéis bem explicativos dessas relações

FECHAMENTO DA PRIMEIRA ETAPA

+ Check-in da semana:

- Definição do produto a ser desenvolvido?
- Mapeamento do mercado do produto coerente?
- Definição de concorrentes, similares, diálogos, etc. satisfatório?
- Painéis bem explicativos dessas relações?

+ Atividades para a próxima aula:

- Refinamento do círculo de relações do produto
- Refinamento dos painéis
- Definição de conceitos e referências de desenvolvimento
- Geração de ideias iniciais (GI)

Apresentação criativa inicial

+ Check-in da semana:

- Refinamento do que foi apresentado anteriormente?
- Definição dos conceitos e referências de desenvolvimento?
- Geração de ideias iniciais (GI) coerentes?

+ Atividades para a próxima aula:

- Refinamento da Geração de ideias (GI)
- Geração de alternativas que direcionem o caminho (20 G.A. e modelos tridimensionais para entendimento de volumes e proporções definidos pelos professores)

Apresentação de G.I. e G.A. com caminho proposto

+ Check-in da semana:

- Geração de ideias de acordo com a proposta da pesquisa?
- Geração de alternativas contém as ideias e propostas?
- G.A. satisfatória?
- Modelos satisfatórios?

+ Atividades para a próxima aula:

- Refinamento das alternativas propostas (G.A.)
- Início da definição de materiais e processos
- Apresentação de novos modelos com os refinamentos
- Modelagem virtual da alternativa selecionada
- Definição minuciosa de sistemas/materiais/processos
- Modelos para provar que a proposta final é válida

Apresentação de G.A. refinadas com interferência de materiais e processos

+ Check-in da semana:

- Refinamento das G.A. satisfatório?
- Seleção de materiais e processos coerente?
- Novos modelos apresentados satisfatórios?
- Seleção de alternativa final (em sala)?
- Modelos virtuais?
- Modelos de comprovação finais?
- Sistemas funcionam?

+ Atividades para próxima aula:

- Apresentação final

APRESENTAÇÃO DO PRODUTO DO PROJETO 01 (FECHAMENTO DA SEGUNDA ETAPA)

+ Check-in da semana:

- Desenvolvimento coerente com a pesquisa?
- Produto final com diferenciação relevante?
- Produto dentro da realidade mercadológica?

+ Atividades para a próxima aula:

- Refinamento para produção
- Levantamento de fornecedores dos processos/materiais
- Planejamento logístico do produto

VISITA DE CAMPO – PROJETO 02

Apresentação da oportunidade e do contexto

Apresentação de conceito e proposta de produto

Orientação de GA e GI

Orientação de GA e GI e Refinamento final

Orientação de GA e GI e Refinamento final

APRESENTAÇÃO DO PROJETO 02 (PRIMEIRA PARTE DA NOTA DA ETAPA FINAL)

	<p>ENTREGA DO PLANEJAMENTO ECONÔMICO DO PROJETO 01 (SEGUNDA PARTE DA NOTA DA ETAPA FINAL)</p> <p>Distribuição dos pontos:</p> <p>1º Nota = 1ª Etapa = 30 pontos</p> <p>2º Nota = 2ª Etapa = 30 pontos</p> <p>3ª Nota = Etapa Final = 40 pontos.</p>
--	--

<p>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</p>	<p>ASHBY, M. F; JOHNSON, Kara. Materiais e design: arte e ciência da seleção de materiais no design de produto. Rio de Janeiro: Elsevier, Campus, 2011. vii, 346 p.</p> <p>BAXTER, Mike. Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2011. 342 p.</p> <p>BONSIEPE, Gui. Design, cultura e sociedade. São Paulo: Blücher, 2011. 270 p.</p> <p>KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. Princípios de Marketing. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1998.</p> <p>LITTMAN, Jonathan, KELLEY, Tom Arte da Inovação, A. São Paulo: Futura, 2001.</p> <p>LOWETT, Jord. Ideologia y metodologia del diseño. Barcelona: Gustavo Gilli, 1979. MORALES, L. R. Para uma teoria del diseño. Mexido: Tilde, 1989.</p> <p>SLACK, N. et. al. - Administração da Produção, São Paulo. Atlas, 1996.</p> <p>ULRICH, Karl t. and Eppinger, Steven D.- Product Design and Development. McGraw-Hill, 1995.</p>
-----------------------------------	---

<p>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</p>	<p>MANUAL de gestão de design. Porto: Centro Português de Design, 1997. 198 p.</p> <p>KIM, Linsu. Da imitação à inovação: a dinâmica do aprendizado tecnológico da Coréia . Campinas: Ed. da UNICAMP, 2005. 388 p. (Clássicos da inovação)</p> <p>LÖBACH, Bernd. Design industrial: bases para a configuração de produtos industriais. São Paulo: E. Blucher, 2001. 206 p.</p> <p>MORAES, Dijon de. Metaprojeto: o design do design. São Paulo: Blucher, 2010. 228 p.</p> <p>MUNA MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual: contribuição para uma metodologia didática. São Paulo: Martins Fontes, 1997. 350 p. (Coleção a)</p> <p>PHILLIPS, Peter L. Briefing: a gestão do projeto de design . São Paulo: Blucher, 2008. xxii, 183 p.</p>
---	---

<p>SITES RECOMENDADOS</p>	<p>http://www.icsid.org/</p> <p>http://www.centrodedesign.org.br/</p> <p>http://www.cspd.com.br/</p> <p>http://www.cpd.pt/</p> <p>http://www.ideo.com/</p>
----------------------------------	--

<p>Professor Responsável: Igor Goulart Toscano Rios e Pedro Henrique Pereira Nascimento</p>
--