

PROGRAMA DE DISCIPLINA

PERÍODO	7º	DISCIPLINA	PRÁTICA PROJETUAL V	
1º SEMESTRE [X]		PROFESSOR	Camilo Belchior e Marco Tulio Boschi	
2º SEMESTRE []		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 de um processo de desenvolvimento modelo que tem a ferramenta design como seu catalisador.
-----------------------	--

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

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	<p>A disciplina é dividida em três etapas distintas, focada na vivência 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.</p> <p>1) PRIMEIRA ETAPA: Indicação de 03 (três) segmentos de aplicação de um mesmo produto. Esta etapa utiliza a ferramenta design como indutora do processo e foca todo seu espectro de atividades na inovação.</p> <p>Pesquisa e Análise*: objetivo, conhecer e sistematizar as informações sobre: o usuário, público alvo, ambiente de uso, mercado e concorrentes (busca por referências de mercado e técnicas: catálogos, manuais de instrução, entrevistas ou dicas de especialistas;</p> <p>Definir atributos do produto (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: Geração e configuração da Alternativa Objetivo: gerar e configurar as alternativas de solução tendo como referência o contexto apresentado no briefing elaborado na etapa 1.</p> <p>Sistematizar a geração de soluções através de ferramentas de processo criativo; 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>TERCEIRA ETAPA: Apresentação da solução final e Planejamento da Implementação do Produto</p> <p>Esta etapa consiste na elaboração e apresentação da defesa da viabilidade da solução escolhida e no desenvolvimento das estratégias e do planejamento operacional da implementação do produto no mercado.</p> <p>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, trabalhos práticos orientados em sala de aula pelo professor, discussões e seminários e trabalho prático.</p>
---------------------------------------	--

<p>RECURSOS DIDÁTICOS</p>	<p>Equipamentos Multimídias</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 planejar, desenvolver, organizar e implementar ações por meio de uma sistematização previamente definida;</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: Edgard Blücher, 2005.</p> <p>LOBACH, Bernard. Design Industrial. São Paulo: Edgard Blücher, 2001.</p>
-----------------------------------	--

**BIBLIOGRAFIA
COMPLEMENTAR**

- CENTRO PORTUGUÊS DE DESIGN. Manual de gestão de design. Porto: Porto, 1997. 198 p.
- IIDA, I. Evolução das metodologias de projeto. Anais P&D Design 98 -3º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Puc-Rio. AEND - BR, Estudos em Design. Rio de Janeiro. 1998. p 382 - 388.
- KAPFERER, Jean-Noël. As marcas: capital da empresa; criar e desenvolver marcas fortes. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- KELLER, Kevin; KOTLER, Philip. Administração de Marketing. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2006.
- KELLEY, Tom, LITTMAN, Jonathan. A arte da inovação. São Paulo: Futura, 2ª ed., 2002.
- MINTZBERG, Henry e QUINN, James Brian. O Processo da Estratégia. Porto Alegre: Bookman, 1998.
- PORTER, Michael E. Vantagem Competitiva: Criando e Sustentando um Desempenho Superior. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- TAVARES, Mauro Calixta. Gestão Estratégica. São Paulo: Editora Atlas, 2007

Professor Responsável: Marco Tulio Boschi