

## PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>PERÍODO</b>	4º	<b>DISCIPLINA</b>	<b>PRÁTICA PROJETUAL II</b>	
1º SEMESTRE [ ]		<b>PROFESSOR</b>	Carlos Alberto Silva de Miranda / Cristina Abijaode	
2º SEMESTRE [ X ]		<b>CURSO</b>	Design de Produto	
<b>ANO</b>	<b>2017</b>	<b>CARGA HORÁRIA</b>	64 h/a	<b>Nº DE VAGAS</b> 40
		<b>CLASSIFICAÇÃO</b>	[ X ] OBRIGATÓRIA	[ ] OPTATIVA

<b>EMENTA</b>	Planejamento e desenvolvimento de projetos de várias complexidades como instrumento para experimentar e verificar metodologias e aplicações tecnológicas.
---------------	---

<b>OBJETIVO GERAL</b>	Tratar de novos ensaios sobre a teoria e prática de projetos de design, a partir da aplicação de métodos específicos de projeto, que possibilite aos alunos 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.
-----------------------	--

<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<p>01) A disciplina se propõe a promover a continuidade de projetos de design com a gradativa complexidade de organização do projeto, incorporando as características, atributos e fatores determinantes de um produto e seus diferentes aspectos e requisitos, dentre eles: estéticos, funcionais, simbólicos, culturais, formas de utilização, elementos estruturais, procedimentos fabris, dentre outros.</p> <p>02) A disciplina procura ainda resgatar os conhecimentos adquiridos nas disciplinas já cursadas nos primeiros períodos e promover uma revisão bibliográfica sobre design, metodologia de design, introdução à gestão de projetos, design para a realidade das demandas do Estado de Minas Gerais, etc.</p> <p>03) Tem como ênfase, a partir dos temas de exercícios projetuais, assuntos relacionados aos usuários, enfatizando os procedimentos de uso, usabilidade, comportamento e estilo de vida.</p>
------------------------------	---

<p><b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b></p>	<p>– <b>Pesquisa de usuário e identificação do problema.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Contexto do problema, delimitações e análise das necessidades.</li> <li>○ Análise, reconhecimento e escolha do usuário.</li> <li>○ Análise de uma situação de uso de um produto conforme tema sorteado. Defesa do produto a ser projetado.</li> </ul> <p>– <b>Etapas dos procedimentos de planejamento.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Contextualização do projeto do produto.</li> <li>○ Definições dos fatores referentes à inovação e diferenciação.</li> <li>○ Atributos e aspectos de comunicação (morfológicos, psicológicos, semióticos, cognitivos).</li> <li>○ Aspectos funcionais (tipologias de funções, complexidade, número de componentes, montagem e desmontagem, descarte).</li> <li>○ Aspectos referentes à usabilidade (ergonomia, segurança, confiabilidade).</li> <li>○ Factibilidade produtiva (adequação de materiais e conhecimentos básicos de produção).</li> <li>○ Síntese.</li> <li>○ Definição de <i>Briefing</i> do projeto (requisitos, exigências e delimitações)</li> <li>○ Projeto conceitual (escopo do Projeto).</li> </ul> <p><b>Desenvolvimento do Projeto</b></p> <p>– <b>Etapas dos procedimentos de desenvolvimento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Geração de idéias e Geração de alternativas</li> <li>○ Análise e seleção</li> <li>○ Avaliações preliminares</li> <li>○ Detalhamento técnico preliminar</li> <li>○ Refinamento</li> <li>○ Avaliação final: verificações (modelos bi e tri dimensional, normas e detalhamento técnico).</li> </ul> <p>Apresentação oral e entrega de Dossiê.</p>
<p><b>PROCESSOS METODOLÓGICOS</b></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>Exercício de projeto, teoria e prática:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ A disciplina prevê a estruturação de um exercício de projeto, onde os alunos são instigados a entender a dinâmica de mercado, a gestão estratégica e o desenvolvimento de produtos alinhados de forma a criar um diferencial competitivo.</li> <li>■ Durante o semestre, serão aplicados três exercícios de projeto, dividido em três etapas com a finalidade de aplicação e apreensão dos métodos de design, o entendimento do contexto de mercado, a estruturação de uma estratégia para a criação de um diferencial competitivo para a empresa e o projeto do produto, compreendendo todas as etapas de um projeto de design.</li> </ul>
<p><b>RECURSOS DIDÁTICOS</b></p>	<p>Equipamentos Multimídia.</p>
<p><b>PROCESSOS AVALIATIVOS</b></p>	<p>O processo de avaliação de desempenho dos alunos dos cursos de design é o mecanismo utilizado para aferir a condução do processo na busca de soluções para os problemas colocados. Ele avalia não apenas o resultado final, mas a construção do conhecimento em diferentes momentos e diferentes circunstâncias. O sistema adotado esclarece e orienta o aluno quanto aos critérios utilizados, que consideram os vários aspectos e fatores envolvidos na atividade avaliada e sua relação com a solução proposta.</p> <p>Como o processo de design tem natureza dinâmica e multidisciplinar, conforme a complexidade do problema e a situação particular enfatizada, os diversos aspectos ligados àquela situação se destacam e se inter-relacionam. A partir do conceito, todo o processo se baseia em uma macro-estrutura que estabelece premissas e métodos gerais, mas que permite também envolver requerimentos e limitações estruturais próprias a cada situação particular, e que pode sinteticamente seguir os parâmetros abaixo, tendo 100 como pontuação máxima.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Grau de Envolvimento - 10%:</b> Frequência, interação, grau de interesse, participação nas aulas, evolução (individual / grupo). (Observação constante dos professores).</li> <li>• <b>Metodologia de Trabalho - 25%:</b> Planejamento e desenvolvimento. Capacidade de organização e planejamento.</li> <li>• <b>Conceitos / Soluções / Inovação - 40%:</b> Resultados do projeto. Potencial de cada um, capacidade de articular imagens, idéias e diferenciação, etc.</li> <li>• <b>Comunicação e apresentação ORAL e ESCRITA (Dossiê) - 25%:</b> Planejamento da comunicação, formatação, desenhos, imagens, renders, coerência no texto, revisão bibliográfica, etc</li> </ul> <p><b>Distribuição dos pontos:</b></p> <p><b>Exercícios Projetuais:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>1º Exercício:</b> - 30 pontos</li> <li>• <b>2º Exercício:</b> - 30 pontos</li> <li>• <b>3º Exercício:</b> - 40 pontos</li> </ul>
--	---

<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>	<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>
----------------------------	--

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

**Professor Responsável:** Carlos Alberto Silva de Miranda