

PROGRAMA DE DISCIPLINA

| | | | | |
|-------------------|-------------|----------------------|--|-----------------------|
| PERÍODO | 5° | DISCIPLINA | PRÁTICA PROJETUAL III | |
| 1° SEMESTRE [X] | | PROFESSOR | Carlos Alberto Silva de Miranda / Hécio Jacques de Almeida | |
| 2° SEMESTRE [] | | CURSO | Design de Produto | |
| ANO | 2017 | CARGA HORÁRIA | 64 h/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 | 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. |
|-----------------------|---|

| | |
|------------------------------|--|
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | <p>Possibilitar ao aluno o aprendizado e a prática do raciocínio crítico, analítico e reflexivo da atividade de design;</p> <p>Dar continuidade às abordagens das Práticas Projetuais I (ensaios e aplicações de métodos) e II (Projetos básicos), tendo como referência o mercado e as oportunidades de negócio;</p> <p>Ter como base/referência os fundamentos lecionados nas demais disciplinas do curso;</p> <p>Mostrar a relação existente entre o design e a indústria, com exercícios projetuais práticos que possibilitem aos alunos perceberem e vivenciarem a realidade praticada por escritórios de design, designers e empresas;</p> |
|------------------------------|--|

| | |
|------------------------------|---|
| 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.■ O design como base da estratégia do negócio.■ Contexto do mercado global.■ 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.■ Branding: Como criar valor para as marcas.■ Métodos de gestão de projetos■ Contextualização e observação das formas de comportamento do usuário e modos de utilização dos produtos. Análise do Estilo de Vida. |
|------------------------------|---|

| | |
|---------------------------------------|--|
| <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>Exercício de projeto, teoria e prática:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 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. ■ 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. |
|---------------------------------------|--|

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

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

| | |
|-----------------------------------|--|
| <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: Carlos Alberto Silva de Miranda