

PROGRAMA DE DISCIPLINA

PERÍODO	7º	DISCIPLINA	ESTUDOS DE MERCADO II	
1º SEMESTRE [x]		PROFESSOR	Luiz Antônio de Carvalho Godinho	
2º SEMESTRE []		CURSO	Design de Produto	
ANO	2017	CARGA HORÁRIA	64 h/a	Nº DE VAGAS 40
		CLASSIFICAÇÃO	[X] OBRIGATÓRIA	[] OPTATIVA

EMENTA	<p>Estudo das relações do design com as pressões e forças de mercado, de um lado, e demanda dos usuários, de outro. Fatores que intervêm nas estratégias, planejamento e controle da produção.</p>
---------------	--

OBJETIVO GERAL	<p>Ampliar a percepção do aluno acerca da atuação profissional do designer no mercado.</p>
-----------------------	--

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>Apresentar as possibilidades de atuação do designer no cenário mercadológico, considerando suas particularidades e os direitos e deveres que regem a prática profissional.</p>
------------------------------	---

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	<p>Cenário Profissional do design: Plano de negócios, planejamento estratégico e pesquisas de Mkt.</p> <p>O designer gestor: A inserção do designer gestor, Gestão empresarial e gestão do design Níveis de atuação do designer: operacional, tático e estratégico</p> <p>Postura profissional: Atendimento a clientes, propostas, contratos e cobranças, Técnicas de negociação, execução e apresentação de projetos</p> <p>Princípios da profissão: Cenários e possibilidades mercadológicas, atuação profissional, lei da propriedade industrial, códigos de ética da profissão.</p>
------------------------------	---

PROCESSOS METODOLÓGICOS	<p>As aulas serão divididas em conteúdos teóricos e práticos. Haverá a introdução teórica aos temas e posteriormente o desenvolvimento de trabalhos práticos e exercícios para fixação do conteúdo. Poderão ocorrer palestras com convidados externos, com a finalidade de enriquecer o discurso da prática e possibilitar a troca de experiência dentro do ambiente acadêmico.</p>
--------------------------------	---

RECURSOS DIDÁTICOS	<p>Serão utilizados quadro, data show e textos impressos.</p>
---------------------------	---

PROCESSOS AVALIATIVOS	<p>Serão realizadas 3 avaliações, sendo as duas primeiras no valor de 30 pontos cada e a última (avaliação final) no valor de 40 pontos. As duas primeiras avaliações serão trabalhos em sala em grupo e a última avaliação uma prova individual e sem consulta.</p>
------------------------------	--

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano. Rio de Janeiro Elsevier, 2010;</p> <p>KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson Pre BELTRÃO, André. Manual do freela: quanto custa o meu design? Gestão financeira para Freelancers. Rio de Janeiro: 2AB, 2010.</p>
----------------------------	--

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>Quanto custa o meu design? Gestao financeira para freelancers – André Beltrão, Ed. 2AB</p> <p>Briefing – Gestao do projeto de design – Peter L. Philips, Edgar Blucher</p> <p>Gestão do Design – Usando o design para construir valor de marca – Brigitte Borja de Mozota; Filipe Campleo Xavier da Costa; Cássia Klöpsch, Ed. Bookman</p> <p>Design de Negócios – Roger Martin, Ed. Campus</p> <p>Business Model Generation – Alexander Osterwalder, Ed. Alta Books</p> <p>Gestão Estratégica de Marcas - Keller, Kevin e Machado, Marcos. São Paulo: Prentice Hall, 2006.</p> <p>O Segredo de Luísa. Dolabela, Fernando. Rio de Janeiro; Sextante, 2008</p>
----------------------------------	--

<p>Professor Responsável: Luiz Antônio de Carvalho Godinho</p>
