

## PROGRAMA DE DISCIPLINA

<b>PERÍODO</b>	5°	<b>DISCIPLINA</b>	Fatores Econômicos		
1° SEMESTRE [ X ]		<b>PROFESSOR</b>	Prof. Eduardo Wilke e Prof. Leonardo Ayres		
2° SEMESTRE [ ]		<b>CURSO</b>	Design de produto; Design Gráfico e Design de Ambientes		
<b>ANO</b>	2017	<b>CARGA HORÁRIA</b>	64h/a	<b>N° DE VAGAS</b>	40
		<b>CLASSIFICAÇÃO</b>	[X] OBRIGATÓRIA	[ ] OPTATIVA	

<b>EMENTA</b>	Estudos dos contextos nos seus aspectos econômicos para compreensão dos fatores que interferem na relação usuário, objeto e ambiente.
---------------	---

<b>OBJETIVO GERAL</b>	Analisar os fundamentos da economia e suas relações com o design de produtos, contextualizando a realidade sócio-econômica do mercado. Proporcionar o entendimento sobre os comportamentos dos mercados e a inter-relação destes com as decisões organizacionais. Contextualizar a situação econômica nacional com as estruturas políticas, sociais e culturais da contemporaneidade.
-----------------------	---

<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	Identificar a evolução das estruturas econômicas em função das questões políticas, sociais, e culturais; Desenvolver no aluno a capacidade de analisar os fatores econômicos e relacioná-los com a atuação do profissional de design; Fornecer apoio ao desenvolvimento de estratégias econômicas na atividade da prática projetual.
------------------------------	--

<b>CONTEÚDO PROGRAMÁTICO</b>	<p><b>Unidade 1 – Conceitos fundamentais da Economia Geral e Dinâmica Global</b></p> <p>1.1 Definições, relações e limites da economia;  1.2 Evolução Histórica da Economia Global;  1.3 Capitalismo, socialismo e democracia;  1.4 Globalização e Comércio Internacional - Cenário Econômico Atual;  Blocos econômicos; Competitividade entre as Nações/ Balança Comercial; O papel do design na evolução da economia dos países.</p> <p><b>Unidade 2 – Microeconomia</b></p> <p>2.1 Noções de Microeconomia  Modelos teóricos da economia: variáveis, gráficos e teorias econômicas;  Funcionamento dos mercados. Demanda e oferta: conceitos, gráficos e deslocamentos;</p> <p>2.2 Decisões de demanda e oferta  Análise da demanda: efeito substituição e efeito renda;  Elasticidade-preço, elasticidade cruzada e elasticidade renda;  Classificação dos bens de consumo; Princípio Marginal;  Análise da Oferta: Receita, custo econômico e lucro econômico;  Estoque e fluxo; Ativos, passivos e patrimônio líquido; Limites entre economia e contabilidade; Custo marginal, receita marginal e lucro marginal; Economias e deseconomias de escala.</p> <p>2.3 Análise das Estruturas dos mercados: Monopólio, concorrência perfeita e concorrência imperfeita.</p>
------------------------------	---

	<p><b>Unidade 3 – Macroeconomia</b></p> <p>3.1 Noções de Macroeconomia; Detalhamento da Macroeconomia: definição do sistema econômico e fluxos do sistema econômico;</p> <p>3.2 Fatores de Produção;</p> <p>3.3 Teoria do Equilíbrio Geral;</p> <p>3.4 Mercado de Trabalho: taxa de salários e o nível de emprego;</p> <p>3.5 Mercado de Bens e Serviços: o nível de produção agregada bem como o nível de preços;</p> <p><b>Unidade 4 – Estudos Econômicos Aplicados ao Design</b></p> <p>4.1 Economia Cotidiana – Relações Econômicas e de Consumo;</p> <p>4.2 Preço, Custo e Valor;</p> <p>4.3 Economia de Empresas;</p> <p>4.4 Relações econômicas no Design.</p>
--	---

<b>PROCESSOS METODOLÓGICOS</b>	Trabalhos práticos em grupos envolvendo filmes, palestras e cases empresariais; aulas expositivas teóricas com o apoio de slides; seminários e análise de textos de revistas, jornais e livros.
--------------------------------	---

<b>RECURSOS DIDÁTICOS</b>	Projeter multimídia e computador para apresentações.
---------------------------	--

<b>PROCESSOS AVALIATIVOS</b>	<p>a. TRABALHO com atividades em grupos para consolidar aprendizagem.</p> <p>b. SEMINÁRIO - atividades em grupo para debate dos conteúdos abordados.</p> <p>c. Exercícios escritos em sala de aula.</p>
------------------------------	---

<b>BIBLIOGRAFIA BÁSICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BELTRÃO, André. Manual do freela: quanto custa o meu design? Gestão financeira para <i>freelancers</i>. Rio de Janeiro, 2AB, 2010;</li> <li>• KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. Princípios de marketing. São Paulo: Practice Hall, 2003.</li> <li>• DOLABELA, Fernando. O segredo de Luiza. Rio de Janeiro: Sextante, 2008;</li> </ul>
----------------------------	--

<b>BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FRIEDMAN, Thomas L; SERRA, Cristiana de Assis (Trad.). O mundo é plano: o mundo globalizado no século XXI. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009;</li> <li>• NEUMEIER, Marty. A empresa orientada pelo design. Porto Alegre: Bookman, 2010;</li> <li>• O Livro da economia. São Paulo: Globo, 2013 – vários autores;</li> <li>• DORNBUSCH, Rudiger; FICHER, Hander. Macroeconomia. São Paulo: Makron e McGraw Hill, 1991</li> <li>• PINDYCH, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. Microeconomia. São Paulo: Makron Books, 1999.</li> <li>• PASSOS, Carlos Roberto; NOGAMI, Otto. Princípios de economia. São Paulo: Pioneira, 1999.</li> </ul>
----------------------------------	---

**Professor Responsável:** Eduardo José Wilke Alves