

PROGRAMA DE DISCIPLINA

| | | | | |
|-------------------|------|----------------------|---|-----------------------|
| PERÍODO | 7º | DISCIPLINA | ESTUDOS DE MERCADO II | |
| 1º SEMESTRE [x] | | PROFESSOR | Luiz Antônio de Carvalho Godinho e Juliana Hollerbach | |
| 2º SEMESTRE [] | | CURSO | Design Gráfico | |
| 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>Unid I: Cenário Profissional do design: - Planejamento estratégico - Pesquisa de Mkt - Plano de negócios.</p> <p>Unid II: Postura profissional: Atendimento a clientes, propostas, contratos e cobranças, Técnicas de negociação, execução e apresentação de projetos</p> <p>Unid III: 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>Unid IV: Princípios da profissão: Cenários e possibilidades mercadológicas, atuação profissional, lei da propriedade industrial, códigos de ética da profissão.</p> |
|------------------------------|---|

| | |
|--------------------|--|
| METODOLOGIA | 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. |
|--------------------|--|

| | |
|---------------------------|--|
| RECURSOS DIDÁTICOS | Serão utilizados quadro, data show e textos impressos. |
|---------------------------|--|

| | |
|------------------------------|---|
| PROCESSOS AVALIATIVOS | 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. |
|------------------------------|---|

| | |
|----------------------------|--|
| BIBLIOGRAFIA BÁSICA | <p>KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 14. ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2012. ISBN 9788581430003</p> <p>ROBERTS, Kevin. Lovemarks: o futuro além das marcas. São Paulo: M. Books, 2005. 221 p. ISBN 8589384594 (broch.)</p> |
|----------------------------|--|

| | |
|----------------------------------|--|
| BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR | <p>MARTIN, Neale. Hábitos de consumo: habit : o comportamento do consumidor que a maioria dos profissionais de marketing ignora . Rio de Janeiro: Elsevier: Campus, 2009. 189 p. ISBN 9788535232912</p> <p>SEMPRINI, Andréa. A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea . 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010. 300 p. ISBN 9788560166251</p> <p>LINDSTROM, Martin. Brand sense: segredos sensoriais por trás das coisas que compramos. rev. e atua. Porto Alegre: Bookman, 2012. 240p. ISBN 9788577809295</p> <p>MUNARI, Bruno. Das coisas nascem coisas. 2. ed. - São Paulo: Martins Fontes, 2008. 378 p. (Coleção A) ISBN 9788533624375</p> <p>VASSÃO, Caio Adorno. Metadesign: ferramentas, estratégias e ética para a complexidade. São Paulo: Blucher, 2010. 129 p. (Coleção pensando o design) ISBN 9788521205579 (broch.)</p> <p>BRUNNER, Robert; EMERY, Stewart; HALL, Russ. Gestão estratégica do design: como um ótimo design fará as pessoas amarem sua empresa . São Paulo: M. Books 2010. 208 p. ISBN 9788576800842</p> <p>MORAES, Dijon de. Metaprojeto: o design do design. São Paulo: Blucher, 2010. 228 p</p> |
|----------------------------------|--|

Professor Responsável: Luiz Antônio de Carvalho Godinho