

PROGRAMA DE DISCIPLINA

PERÍODO	7º	DISCIPLINA	Tópicos Especiais		
1º SEMESTRE [X]		PROFESSOR	Simone Souza de Oliveira e Thalita Barbalho		
2º SEMESTRE []		CURSO	Design Gráfico		
ANO	2017	CARGA HORÁRIA	64 h/a	Nº DE VAGAS	40
		CLASSIFICAÇÃO	[X] OBRIGATÓRIA	[] OPTATIVA	

EMENTA	Capacitação teórica e instrumental que visa o desenvolvimento de projetos de design de serviços, com foco em inovação por meio do uso de metodologias e ferramentas específicas.
---------------	--

OBJETIVO GERAL	<ul style="list-style-type: none">• Conceituar, classificar e instrumentalizar o aluno para o desenvolvimento de projetos de design de serviços.• Abordar conceitos de inovação e metodologia de design aplicada aos negócios (design thinking/design de negócios).• Aplicar ferramentas existentes e estimular a criação de novas propostas.• Estimular a visão sistêmica sobre os problemas/projetos.
-----------------------	--

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Desenvolver projetos de design de serviços. Aplicar ferramentas de design de serviços existentes e/ou criar novas.
------------------------------	---

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO	DEFINIÇÕES E ALINHAMENTO: <ul style="list-style-type: none">• Comportamento, tendências e o <i>mindset</i> atual – contextualização.• Inovação como diferencial competitivo.• Design Thinking: metodologia do design para resolução de problemas complexos.• Design de Serviço: o design do intangível – metodologia e aplicação de ferramentas. METODOLOGIA E FERRAMENTAS: Design de Serviço.
------------------------------	--

METODOLOGIA	Apresentações multimídia, com uso de recursos audiovisuais; desenvolvimento de atividades individuais e em grupo, a critério do professor; realização de seminários ou apresentações expositivas para verificação da assimilação de conteúdo.
--------------------	---

RECURSOS DIDÁTICOS	Apresentações multimídia, com uso de recursos audiovisuais; uso do quadro negro; materiais impressos (ferramentas específicas).
---------------------------	---

PROCESSOS AVALIATIVOS	A avaliação da aprendizagem, para a obtenção das três notas normais, será feita por meio de trabalhos teóricos e práticos, além da análise da frequência nas aulas da disciplina. A critério do professor poderão ser realizados trabalhos individuais extraclasse para obtenção de uma ou mais das referidas notas de avaliação. 1ª Nota: Avaliação da prática das metodologias e ferramentas propostas (envolvimento e entregas). NT1 = 30 Pontos. 2ª Nota: Avaliação da prática das metodologias e ferramentas propostas (envolvimento e entregas). NT2 = 30 Pontos 3ª Nota: Trabalho final. NT3 = 40 Pontos
------------------------------	---

BIBLIOGRAFIA BÁSICA	<p>BROWN, Tim. Design Thinking: uma abordagem poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Tradução Cristina Yamagami. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.</p> <p>CARDOSO, Rafael. Design para um mundo complexo. São Paulo: Cosac Naify; 2012.</p> <p>MAEDA, John. As Leis da Simplicidade: Vida, Negócios, Tecnologia, Design. São Paulo: Novo Conceito, 2007.</p> <p>STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jakob. This is service design thinking: basics – tools – cases. Amsterdam: BIS Publishers, 2011.</p>
----------------------------	---

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR	<p>DISNEY INSTITUTE. O jeito Disney de encantar os clientes: do atendimento excepcional ao nunca parar de crescer e acreditar. prefácio de Michael D. Eisner; tradução Cristina Yamagami. São Paulo: Saraiva, 2011.</p> <p>MARTIN, Roger L. Design de negócios: por que o design thinking se tornará a próxima vantagem competitiva dos negócios e como se beneficiar disso. Tradução Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.</p> <p>PINHEIROS, T.D. The service startup: inovação e empreendedorismo através do design thinking. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2015.</p> <p>POLAINE, A.; LOVLIE, L.; REASON, B. Service Design: From insight to implementation. New York: Rosenfeld Media, 2013.</p> <p>REASON, Ben; DOWNS, Chris; LOVLIE, Lavrans. Service Thinking. Disponível em: <http://www.livework.co.uk/articles/service-thinking> Acesso em 01/03/2015.</p> <p>SACHS, Ignacy. Caminho para o desenvolvimento sustentável. Tradução: Jos. Lins Albuquerque Filho. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.</p> <p>SANGIORGI, Daniela. Building up a framework for service design research. Disponível em: <http://www.researchgate.net/publication/228745546_Building_up_a_framework_for_Service_Design_research>. Acesso em: 01/03/2015</p> <p>SCHWARTZ, Barry. O Paradoxo da Escolha: porque mais é menos. Tradução Fernando Santos. São Paulo: A Girafa Editora, 2007.</p> <p>SERVICE DESIGN TOOLS. Disponível em: <http://www.servicedesigntools.org/taxonomy/term/4> Acesso em: 01/03/2016.</p> <p>SINEK, Simon. Por quê? Como grandes investidores inspiram inovação. São Paulo: Saraiva. 2012.</p> <p>TENNYSON, Pinheiro; ALT, Luis. Design thinking Brasil: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedades. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.</p> <p>VIANNA, M. <i>et al.</i> Design Thinking - Inovação em Negócios. Rio de Janeiro: MJV Press. 2012. disponível em <http://www.livrodesignthinking.com.br/></p> <p>WATKINSON, Matt. The ten principles behind great customer experiences. London: FT Publishing Financial Times, 2013.</p>
----------------------------------	--

Professor Responsável: Simone Souza de Oliveira
--