



Plano de Ensino

Curso

2302D - Bacharelado em Design

Ênfase

Identificação

Disciplina

0003612A - Gestão do Design

Docente(s)

Osmar Vicente Rodrigues

Unidade

Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação

Departamento

Departamento de Design

Créditos	Carga Horaria	Seriação ideal
2	30	4

Pré - Requisito

Co - Requisito

Plano de Ensino

Objetivos

Entender o valor da ação do design além de suas atividades convencionais em uma empresa; se familiarizar com a linguagem dos negócios e utilizar a abordagem e visão do design para dar novas soluções, determinando por exemplo o antecipado direcionamento de um investimento em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e processos. Conjugando talentos e recursos disponíveis dentro e fora de uma empresa, materializados por novos produtos e suas novas experiências de uso, na forma de inovações aplicadas.

Conteúdo

O papel da liderança visionária.
Os valores tangíveis e intangíveis para as empresas.
Iniciativas estratégicas de design para os negócios.
O poder da conectividade no planejamento estratégico das empresas.
A combinação de recursos escassos com a limitação de tempo e a luta pelo poder.
O pensamento criativo.
O poder da visualização e da representação
O equilíbrio entre arte e comércio.

Metodologia

Os conceitos teóricos são desenvolvidos na forma de aulas expositivas com apresentação de exemplos práticos. E os exercícios práticos serão aplicados na forma de simulações em sala de aula e em grupo.

Bibliografia

BRUCE, M. Marketing and Design Management. 1997
BRUCE, M. & BRESSANT, J. Design in Business: Strategic Innovation Through Design. 2002
COOPER, R. & PRESS, M. The Design Agenda: A Guide to Successful Design Management. 2000
COOPER, R. & SAWAF, A. Inteligência Emocional na Empresa, Rio de Janeiro: Ed. Campus. 1997
DRUCKER, P.F. Inovação e Espírito Empreendedor, São Paulo: Ed. Pioneira. 1987
DRUCKER, P.F. Desafios Gerenciais para o século XXI, São Paulo: Ed. Pioneira. 2000
HAMEL, G. Liderando a Revolução, Rio de Janeiro: Ed. Campus. 2000
HARMAN, W. & HRMANN, J. O Trabalho Criativo, São Paulo: Ed. Cultrix. 1990
KELLEY, T. A Arte da Inovação, São Paulo: Ed. Futura. 2001
MASLOW, A.H. Maslow on Management, New York: John Wiley & Sons. 1998
PORTER, M.E. Vantagem Competitiva, Rio de Janeiro: Ed. Campus. 1989
SKUNK. Viver de Design

Critérios de avaliação da aprendizagem

A avaliação é dividida em duas partes:
A primeira parte (Peso 7,0) está relacionada com as avaliações de caráter teórico, incluindo o grau de envolvimento do aluno, sua performance e frequência.
A segunda parte (Peso 3,0) corresponde à avaliação do trabalho prático e a execução da proposta de trabalho como um todo.

Ementa (Tópicos que caracterizam as unidades do programa de ensino)

- O processo do Design através da administração dos negócios.
- Metodologia e a abordagem do Design agregados aos princípios da gestão.
- O suporte e a influência do Design na aplicação de iniciativas estratégicas.

Aprovação



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
Câmpus de Bauru



Plano de Ensino

Cons. Departamental 20/04/2012

Congregação 21/05/2012

