



GESTÃO DO DESIGN

4.º Ano

Regime: Semestral – 1.º

Ano Lectivo: 2006/2007

Carga Horária: 2 H – TP

Docente: Assistente do 2.º Triénio Maria João Bom Mendes dos Santos

OBJECTIVOS:

Saber definir, diagnosticar e incrementar a natureza de um projecto gráfico, avaliando as capacidades da empresa produtora, das tecnologias utilizadas e dos níveis de decisão.

Diagnosticar e integrar as funções de marketing, produção economia e design.

Saber fazer do design e da inovação um sistema instalado na cultura empresarial para a obtenção de resultados.

METODOLOGIA:

A metodologia utilizada na disciplina é a exposição de conteúdos programáticos acompanhada de estimulação de participação reflexiva e discussão crítica. Utilização de materiais auxiliares didácticos.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

- A identidade e cultura empresariais;
- A gestão de design na empresa;
- A gestão de design de novos produtos;
- A gestão de design operacional e estratégica;
- Manual de imagem coordenada empresarial;
- O processo de design no programa de imagem gráfica empresarial;
- Gestão da marca e capital;
- A marca avaliação e gestão estratégica

BIBLIOGRAFIA GERAL:

- ABBOT. Howard. Safer by Design: The Management of Product Design risks under strict liability, London. The Design Council. 1987. 208 p.
- CAPLAN. Ralph. By Design. London. St. Martins Press. 1982.
- DAVID. Meredith. "Educating Graphic Designers in Management", Design Management Journal. Summer 1992, pp. 31-35.
- DUMAS. Angela e GORB. Peter. "Silent Design". Design Studies. July, 1987.
- DUMAS. Angela e MINTZBERG. Henry. "Managing the Form. Function. and Fit of Design". Design Management Journal. Summer 1991. pp.26-31.
- ELLIS. Seth R. "Towards the Design Era: The Evolution of the Designer as Functional Interface with Marketing and Engineering". Design Management Journal. Summer 1994. pp. 31-34.
- GORB. Peter (ed.). Design Talks. London. Design Council. 1988. 311 p.
- GORB. Peter (ed.). Design Management: Papers from the London business school. London. Architecture Design and Technology Press. 1990. 184 p.
- GORB. Peter. "Design and Its use to Managers". London. Royal Society of Arts Journal. November 1979.
- GORB. Peter. "The Business of Design Management". Design Studies. April. 1986.
- GORB. Peter. "Corporate Identity and the Management Process". Design Management Institute Conference Paper. 1989.
- GORB. Peter. Design as a Corporate Weapon. Chicago. Chicago American Institute of Graphic Arts. Spring. 1990.
- HEAP. John. The Management of Innovation and Design. London. Cassel. 1989. 148p.
- **OLINS., Wally, "A Marca". Lisboa: Editorial Verbo, 2003.**
- **SERRA, Elisabete Magalhães & GONZALEZ, José A. Varela, "A Marca – Avaliação e Gestão Estratégica". Lisboa – São Paulo: Editorial Verbo, 1998**

BIBLIOGRAFIA ESPECÍFICA:

"Manual de Gestão de Design," Coleção Design, Tecnologia e Gestão, Lisboa: Centro Português de Design, 1997.

MÉTODOS DE AVALIAÇÃO:


A avaliação contínua contempla a realização durante o semestre de diversos trabalhos teórico-práticos (**cujo peso na avaliação final é de 5%**), e um trabalho final teórico (**cujo peso na avaliação final é de 45%**). A avaliação contempla ainda a obrigatoriedade de realizar um teste escrito (**cujo peso na avaliação final é de 50%**). A participação activa nas actividades lectivas será contudo apreciada e valorizada.

No final do semestre haverá uma sessão de análise crítica dos trabalhos realizados aos quais se atribuirá uma avaliação.

Relativamente às competências a avaliar serão:

- ◆ Exposição escrita e oral coerente e fundamentada dos conteúdos programáticos;
- ◆ Capacidade de reflexão e de aplicação dos trabalhos teóricos e/ou práticos solicitados, com o grau de profundidade adequado;
- ◆ A avaliação será contínua

O regime de frequência e avaliação curricular será aquele que decorre do regulamento académico da ESTT.



(Dr.ª Maria João Bom Mendes dos Santos – Ass. 2.º Triénio)