

## EMENTA

### SD 704 – Fundamentos de Sistemas de Produção

**Nível:** Mestrado/Doutorado

**Obrigatória:** Sim

**Área(s) de Concentração:** Design Gráfico e de Produto

**Carga Horária:** 45

**Créditos:** 3

**Ementa:** Estudos de conceitos, teorias e métodos investigativos do design de sistemas de produção e utilização, tratando-os sob o ponto de vista da gestão do design nos níveis operacional, tático e estratégico. Serão também discutidas as forças coordenadora, transformadora e diversificadora da aplicação da gestão do design, junto às empresas como resultado dela.

**Objetivos:** a disciplina tem por objetivo fornecer aos alunos conhecimentos teóricos sobre a Gestão do Design, com ênfase nos aspectos relativos aos sistemas de produção e utilização de produtos e serviços. A partir deste suporte teórico visa desenvolver nos alunos a adoção de abordagem crítica em relação à Gestão do Design e estimular o desenvolvimento de novos instrumentais teóricos para o desenvolvimento científico da área.

**Abordagem Didático-Pedagógica:** a metodologia aplicada na disciplina se apoiará em discussões de textos, estruturação de roteiros de entrevista e discussão de casos em seminários. A avaliação discente se dará através de produção de texto científico em forma de artigo, elaborado em equipe, desenvolvendo teoricamente a temática relacionada ao projeto de pesquisa em andamento, apoiado na literatura e conteúdo teórico da disciplina. Nele, serão considerados os aspectos da redação científica e do pensamento crítico. Serão considerados ainda na avaliação individual: a participação nos seminários de discussão de textos e apresentação dos textos atribuídos à cada equipe.

#### **Bibliografia Básica:**

AMBROSE, G.; HARRIS, P. Design Thinking: the act or practice using your mind to consider design. Ava: Lausanne. 2010.

BROWN, T. Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. Harper Collin: New York. 2009.

BÜRDEK, B. Diseño: História, teoríia y practica del diseño industrial. Gustavo Gilli: Barcelona, 2002.

CHRISTENSEN, C. ; RAYNOR, M. O crescimento pela inovação: Como crescer de forma sustentada e reinventar o sucesso. Campus: Rio de Janeiro. 2003.

HAMEL G.; PRAHALAD, C.K. Strategy as stretch and leverage (mar/abr). Harvard Business Review: Boston. 1993.

KELLEY, T. A arte da inovação. Futura: São Paulo. 2001.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
Setor de Artes, Comunicação e Design  
Programa de Pós-Graduação em Design

KISTMANN, V. B. Tendências estratégicas e design: O consumidor como nova competência. In: Estudos em Design/Design Articles n.3 v. 9.

(dezembro) 2001. AEND-BR: Rio de Janeiro.

LOCKWOOD, T. (Ed). Building design strategy: using design to achieve key business objectives. Allworth Press: New York. 2008.

MARTIN, R. The design of business: Why design thinking is the next competitive advantage. Havard Business Press: Boston. 2009.

MARTIN, R. The opposable mind: Winning through integrative thinking. Harvard Business Review: Boston. 2009.

MARTINS, R. F. de F.; MERINO, E. A. D. A gestão de design como estratégia organizacional. Edue! Londrina. 2008.

MINZBERG, H. et al. O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados. Bookman: Porto Alegre. 2006.

MOZOTTA, B.B. de; COSTA, F. C. X.; KLOPSCH, C. Gestão do Design: Usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Bookman: Porto Alegre. 2011.

VERGANTI, R. Design-driven innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean. Harvard BusinessPress: Boston. 2009.