

EMPREENDEDORISMO E GESTÃO DO DESIGN

Licenciatura em Design Industrial

Código: 17117

Área Científica Predominante: Design Industrial

Docente: Demétrio Ferreira Matos

Idioma de Instrução: Português

Regime: S2

Carga Letiva: 60h Carga Trabalho: 95h

ECTS: 6,0

Objetivos

Esta Unidade Curricular pretende dotar os alunos de ferramentas e metodologias de forma a entenderem a problemática económica da inovação bem como das dinâmicas do mercado e para o entendimento do valor do design como facto estratégico para incrementar a competitividade dos produtos e dos serviços. Igualmente se destina a entender a importância estratégica do empreendedorismo, fornecendo-lhe um conjunto de ferramentas para fazerem a interligação entre a inovação e a criação de valor (emprego e empresas) na sociedade atual, suscitando aos alunos nas áreas das “indústrias criativas” interesses, capacidades e motivação para a criação do seu próprio emprego. Apresenta aos estudantes ferramentas e processos de apoio à gestão nas várias etapas do processo de design. Os alunos serão ainda solicitados a simular a criação de uma empresa junior de prestação de serviços em design, definindo em conjunto um plano estratégico apresentado através da ferramenta business model canvas (BMC), e em seguida realizar um exercício de diagnóstico estratégico de um cliente real, utilizando as ferramentas e conceitos aprendidos na disciplina.

Resultados da Aprendizagem

Esta Unidade Curricular pretende dotar os alunos de ferramentas e metodologias de forma a:

- Compreender o design como prática profissional alargada, que vai muito além da atividade de projeto;
- Compreender o papel do designer como gestor em uma empresa, suas atribuições e responsabilidades;
- Conhecer e se familiarizar com o uso de ferramentas de apoio na gestão dos processos de design;
- Conhecer requisitos para o desenvolvimento de uma postura empreendedora;
- Compreender as implicações comerciais da criação de um produto e a sua viabilidade económica;
- Assimilar conceitos básicos para a definição de modelos de negócios;
- Saber identificar nas instituições a falta de ação do design;
- Ser capaz de explicar as vantagens do “Investimento em Design”;
- Identificar problemas pela falta de um projeto de design e as suas consequências para as empresas.

Conteúdos Programáticos

Design no cenário social, cultural, económico e político;

Novas práticas de design;

Gestão do design – conceitos, definições, modelos;

Inserção do Design na organização empresarial;

Gerir estratégias, processos e a implementação do design;
Ferramentas que apoiam a gestão do design;
Inserção profissional do designer;
Empreendedorismo - conceitos, definições, modelos;
O conceito de empresa – modelo de negócios;
Processos de gestão, custos e procedimentos;
A proteção do design, a Propriedade industrial e os Direitos de autor;
O designer empreendedor – como gerir a própria carreira;
Design estratégico e design thinking;

Bibliografia Recomendada

BEST, Kathryn (2010) Gestão de Design. Gerir a estratégia, os processos e a implementação do design. Dom Quixote
MOZOTA, Brigitte Borja, (2003). Design Management. Allworth Press, U.S.
Osterwalder, A., Pigneur, Y., In Clark, T., Smith, A. (2010) Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers.
CENTRO PORTUGUES DE DESIGN (2003) Design Protegido. Lisboa, retrieved:
https://dg0912.files.wordpress.com/manual_ii_designprotegido_cor.pdf
CENTRO PORTUGUES DE DESIGN (1997) Manual de Gestão de Design, Bloco Grafico, Porto
PHILLIPS, Peter L. (2008) Briefing - A Gestão do Projeto de Design, Edgard Blucher BRUCE, M.; BESSANT, J. (2002) Design in Business. Harlow, UK

Métodos de Ensino e de Aprendizagem

Sendo objetivo os alunos:

Serem capazes de planear e decidir em Design, aos níveis estratégico, tático e operacional;
Compreender todas as possibilidades de atuação nas diversas áreas do design, os requisitos e capacidades a desenvolver;
Perceber o processo de design como um pensamento sistémico, não restrito a atividade de projeto isolado;
Desenvolver uma nova forma de pensar a contribuição do design para empresas e para a sociedade.

Propoem-se:

Organização de sua apresentação profissional através do desenvolvimento de um currículo vitae, portefólio e carta de apresentação;
Desenvolvimento de um modelo de negócios para uma empresa de prestação de serviços em design, de forma colaborativa;
Desenvolvimento de um exercício de diagnóstico estratégico de um cliente real, utilizando as ferramentas e conceitos aprendidos na disciplina.

Métodos de Avaliação

A avaliação é contínua e decorre do acompanhamento dos trabalhos, como tal a presença nas aulas é fundamental.

Regime Normal e Especial:

Mini tasks realizadas durante as aulas (15%);

Exercício 1 (30%); Exercício 2 (50%); Assiduidade (5%)

Classificação final de 0 a 20 valores segundo as percentagens das componentes de avaliação. A Unidade Curricular não tem exame na época normal. Apenas em época de recurso.

(conforme ponto 4 do artigo 4.º do RACC da ESD)