

PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Dados de Identificação

Disciplina: Administração e Empreendimento
Código: ADM
Carga horária: 60
Créditos: 04
Curso: Bacharelado em Design
Habilitação: Gráfico e Industrial
Departamento: Design
Fase: 7
Professor: Doutor Arnaldo José de Lima
Data da Aprovação: 2005/02

2. Caracterização da Disciplina (Ementa)

Introdução à teoria geral da administração. Interdisciplinaridade com o design industrial. Empreendimento administrativo das atividades do design.

3. Objetivos Gerais

Promover o potencial em gestão e desenvolver conhecimento prático para a estruturação de pequenos negócios.

4. Objetivos Específicos

Conhecer o ambiente organizacional (estrutura e processos)
Desenvolver visão estratégica sobre o papel do profissional de Design no ambiente organizacional
Conhecer os passos para abertura e estruturação de uma empresa

5. Conteúdo

Administração e gestão uma visão estratégica
O papel do administrador no contexto organizacional
Empreendedorismo
Linhas de crédito e fontes de financiamento
Documentação para abrir um negócio.

6. Referências Bibliográficas

Bibliografia Básica
DORNELAS, José Carlo Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios . Rio de Janeiro: Campus, 2001.
FERREIRA, et al. Gestão empresarial: de Taylor aos nossos dias . Rio de Janeiro: Pioneira, 1998
MAXIMIANO, Antonio César Amaru. Teoria geral da Administração . 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

Bibliografia Complementar
CHIAVENATO, Idalberto. Introdução a TGA . São Paulo: Atlas, 1993.
CHIAVENATO, Idalberto. Vamos abrir um novo negócio? São Paulo: Makron Books, 1995
DEGEN, Ronald. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial . 8ª ed. São Paulo: MacGraw-Hill do Brasil, 1989.
DORNELAS, José Carlo Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios . Rio de Janeiro: Campus, 2001.
RESNIK, Paul. A bíblia da pequena empresa: como iniciar com segurança sua pequena empresa e ser muito bem sucedido . São Paulo: McGraw-Hill, MAKRON Books, 1990.
SANTOS, Sílvia Aparecida dos; PEREIRA, Heitor José. Criando seu próprio negócio: como desenvolver o potencial empreendedor . Brasília : SEBRAE, 1995.

PROGRAMA DA DISCIPLINA

1. Dados de Identificação

Disciplina: **Mercadologia**
Código: **MERGI**
Carga horária: **30 h/a**
Créditos: **02**
Curso: **Bacharelado em Design**
Habilitação: **Design Gráfico/Design Industrial**
Departamento: **Design**
Fase: **2ª**
Professor: **Lisandra Andrade**
Data da Aprovação: **2005/2**

2. Caracterização da Disciplina (Ementa)

Evolução dos conceitos de marketing. Tipos de mercados. Análise do mercado de consumo. Segmentação de mercado. Posicionamento de produtos: marca e embalagem. Desenvolvimento de novos produtos.

3. Objetivos Gerais

Desenvolver a percepção do mercado, mostrando as ferramentas necessárias para nele atuar. O papel do designer no sucesso empresarial.

4. Objetivos Específicos

Iª unidade:

Conhecer conceitos de marketing, mercado consumidor, e saber quais são os direcionamentos para desenvolver negócios lucrativos.

IIª unidade:

Conhecer e exercitar as etapas da elaboração de uma estratégia de marketing.

IIIª unidade:

Conhecer e exercitar as etapas da elaboração de uma estratégia de marketing. E identificar o posicionamento dos produtos: marca e embalagem.

IVª unidade:

Situar o papel do Designer no desenvolvimento de novos produtos. Entender o comportamento do consumidor.

5. Conteúdo

Iª unidade:

Conceitos centrais de marketing.
Planejamento de marketing para os diversos tipos de mercado.

IIª unidade:

Mercado consumidor – tendências e segmentação.
Criando mercados.
Pesquisas de mercado.

IIIª unidade:

Posicionamento de produtos/empresas – marca.
Análise de posicionamentos.
Mix de marketing - Os 4 P's e os 4 C's: Produto, Preço, Praça e Promoção

IVª unidade:

Design e marketing.
Identidade Corporativa.
Desenvolvimento de novos produtos a partir das ferramentas do marketing.

6. Referências Bibliográficas

6.1 Bibliografia Básica

ACAR FILHO, Nelson. **O marketing no projeto e desenvolvimento de novos produtos: o papel do desenhista industrial**. São Paulo: FIESC/CIESP-Detec.
ACCIOLI, Anna. **Marcas de valor no mercado brasileiro**. Rio de Janeiro: SENAC, 2000.
BONSIEPE, Gui. **Design, do material ao Digital**. Florianópolis: Fiesc/IEL, 1997.
BÜRDEK, Bernhard. **Diseño. Historia, teoria e pratica del diseño industrial**. Barcelona, editora Gustavo Gilli, 1994.

6.2 Bibliografia Complementar

DE MASI, Domenico. **O ócio criativo**. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.
KOTLER, Philip. **Marketing para o século XXI**. São Paulo. Editora Futura. 1999.
KOTLER, Philip. GARY, Armstrong. **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro. Prentice Hall do Brasil. 1998.
MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de mercado – metodologia, planejamento, execução e análise**.
NIEMEYER, Carla. **Marketing no Design Gráfico**. Rio de Janeiro. 2AB Editora.1998.
SAMARA, Beatriz Santos. **Pesquisa de Marketing – conceitos e metodologia**.
SOUZA, Marcos G.; Nemer, Artur. **Marca e distribuição**. São Paulo: Makron Books, 1993.
TAVARES, Mauro Calixto. **A força da marca. Como construir e manter marcas fortes**. São Paulo: Harbra, 1998.

PLANO DE ENSINO

1. Dados de Identificação

Disciplina: Fundamentos Estatísticos
Código: FUNES
Carga horária: 45 h
Créditos: 03
Curso: Bacharelado em Design
Habilitação: Design Gráfico
Departamento: Design
Fase: 1ª
Professor: Claudia Lira
Data da Aprovação: 2007/01

2. Caracterização da Disciplina (Ementa)

Uso de estatística na pesquisa. Instrumentos de coleta de dados. Tipos e técnicas de amostragem. Estatística descritiva: apresentação de dados, distribuições de frequência, medidas de tendência central e de dispersão. Análise exploratória de dados. Aplicação das técnicas estatísticas na pesquisa e concepção de soluções em design.

3. Objetivos Gerais

Aplicar técnicas estatísticas na concepção de soluções em design, elaborando instrumentos de coleta, classificação e análise de dados, oferecendo interpretações de resultados e inferências correlacionadas.

4. Objetivos Específicos

- § Iª unidade: Planejamento e coleta de dados
- § IIª unidade: Descrição e exploração de dados
- § IIIª unidade: Modelos de probabilidade
- § IVª unidade: Inferência Estatística

5. Conteúdo

- § Iª unidade: Planejamento e Coleta de Dados
 - Pesquisa e dados
 - Elaboração de questionários

Técnicas de amostragem

IIª unidade: Descrição e exploração de dados

Dados categorizados

Dados quantitativos

Medidas descritivas

§ IIIª unidade: Modelos de probabilidade

Modelo binomial

Modelo normal

§ IVª unidade: Inferência estatística

Estimação de parâmetros

Testes de hipóteses

Testes de comparação

Testes de associação

Correlação e regressão

6. Metodologia

Aulas expositivas, utilizando recursos audiovisuais. Exercícios e discussões em sala de aula sobre textos complementares.

7. Avaliação

Iª a IIª Unidades: Avaliação escrita

Iª a IVª Unidades: Avaliação de trabalho escrito e apresentação oral

Nota de participação: frequência, trabalhos e exercícios complementares individuais.

8. Cronograma

Aula	Data	Conteúdo
1	01/03	Apresentação da disciplina e plano de ensino
2	08/03	Pesquisa e dados
3	15/03	Elaboração de questionários
4	22/03	Técnicas de amostragem
5	29/03	Dados categorizados
6	12/04	Dados quantitativos
7	19/04	Medidas descritivas
8	26/04	1ª Avaliação
9	03/05	Modelo binomial
10	10/05	Modelo normal
11	17/05	Estimação de parâmetros
12	24/05	Testes de hipóteses
13	31/05	Testes de comparação e associação
14	14/06	2ª Avaliação
15	21/06	2ª Avaliação

* avaliação e programa sujeito a alterações (responsabilidade do professor)

9. Referências Bibliográficas

Bibliografia Básica

Barbetta, Pedro Alberto. **Estatística aplicada às Ciências Sociais**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1994.

Bibliografia Complementar

Caldas, D. **Observatório de Sinais: teoria e prática da pesquisa de tendências**. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2004.

Iida, I. **Ergonomia: Projeto e Produção**. São Paulo: Edgard Blücher, 1990.

Kotler, P. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**. São Paulo: Futura, 1999.

Lapponi, J. C.. **Estatística usando Excel**. São Paulo: Lapponi, 2000.

Rey, L.. **Planejar e Redigir Trabalhos Científicos**. 2. ed. São Paulo: Edgard Blücher Ltda, 1993.

PROGRAMA

01 - Dados de Identificação:

Disciplina: Metodologia Científica

Código:

Créditos: 02

Carga Horária: 30 horas/aula

Pré- Requisito: nenhum

Curso:

Departamento: Ciências Humanas

Fase: 1a.

Semestre / ano:

02 - Caracterização da Disciplina (Ementa):

Métodos e técnicas em ciências humanas e artes. Leitura: objetivos, sublinhar, resumir, interpretar. Análise de textos: objetivos, partes e tipos de análise. Seminário: estrutura e funcionamento. Métodos científicos. Pesquisa bibliográfica e resumos. Trabalhos científicos.

03 - Objetivo Geral:

Introduzir o aluno no conjunto dos valores e procedimentos científicos, tendo em vista a formação de uma concepção crítica sobre esta forma de conhecimento, criando as condições necessárias à compreensão e ao domínio dos procedimentos adequados aos trabalhos científicos.

04 - Objetivos Específicos:

UNIDADE I – Contribuir para o desenvolvimento da capacidade de leitura, interpretação e análise de textos, trabalhando também resumos, resenhas e seminários.

UNIDADE II – Fornecer noções sobre os principais procedimentos para o desenvolvimento de pesquisa e trabalhos científicos.

UNIDADE III – Informar sobre os principais métodos e técnicas em ciências humanas e nas artes.

05 - Conteúdo:

UNIDADE I

Leitura e interpretação de textos.

Análise de textos: fases, objetivos, partes e tipos de análise.

A elaboração de resenhas e resumos

Apresentação de Seminário: estrutura e funcionamento

UNIDADE II

Noções práticas sobre procedimentos científicos

- A pesquisas acadêmicas

- A comunicação dos resultados

UNIDADE III

Métodos e técnicas em ciências humanas e nas artes

06 - Referências Bibliográficas:

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10520**: apresentação de citações em documentos. Rio de Janeiro, 2002.

_____. **NBR 10719**: apresentação de relatórios técnico-científicos. Rio de Janeiro, 1989.

_____. **NBR 14724**: apresentação de trabalhos acadêmicos. Rio de Janeiro, 2002.

_____. **NBR 6023**: referências bibliográficas. Rio de Janeiro, 2002.

_____. **NBR 6024**: numeração progressiva das seções de um documento. Rio de Janeiro, 2003.

_____. **NBR 6028**: resumos. Rio de Janeiro, 1990.

_____. **NBR 6027**: sumário. Rio de Janeiro, 2003.

BACHELARD, Gaston. **O racionalismo aplicado**. Rio de Janeiro: Zahar editores, 1977.

BARBETA, Pedro. **Estatística aplicada as ciências sociais**. 3ª ed. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1999.

BOOTH, Wayne C. COLOMB, Gregory G. WILLIAMS, Joseph M. **A arte da pesquisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BOURDIEU, Pierre. "O campo científico" In: **Pierre Bourdieu: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

CAPRA, Fritjof. **O Tao da Física**. 9a ed. São Paulo: Cultrix, 1993.

DELEUZE, Gilles. As dobras ou o lado de dentro do pensamento (subjetivação). In: **Foucault**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

ECO, H. **Como se faz uma tese**. 14ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1995.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 10a ed. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. In: DRYFUS, Hubert L. & RABINOW, Paul. **Uma trajetória filosófica: Para além do estruturalismo e da hermenêutica**. São Paulo, Forense Universitária, 1995.

GARCIA, Regina Leite (org). **Método: pesquisa com o cotidiano**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

GIL, A. C. **Como elaborar um projeto**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1991.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias Qualitativas na Sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1987.

LAKATOS, E. M. & MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LAKATOS, E. M. & MARCONI, M. de A. **Metodologia científica**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MACHADO, Roberto. **Nietzsche e a verdade**. 2a ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1985.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Lisboa: Instituto Piaget, 1991.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Introdução a uma ciência pós-moderna**. Rio de Janeiro: Graal, 1989.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Um discurso sobre as ciências**. São Paulo: Cortez, 2003.

THOMPSON, Paul. **A Voz do Passado: História Oral**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ. Sistema de Bibliotecas. **Normas para a apresentação de documentos científicos**. Curitiba: Ed. da UFPR, 2001. [n. 2: Teses, dissertações, monografias e trabalhos acadêmicos; n. 3: Relatórios; n. 6: Referências; n. 7: Citações e notas de rodapé; n. 10: Gráficos.]

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA. **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos da udesc: teses, dissertações, monografias e TCCs**. Florianópolis, 2005.

disponível em http://pages.udesc.br/%7Ea4msk/outros/manual_udesc_versao_preliminar.pdf,
acesso em 01/07/2005.

Outros textos acadêmicos podem ser encontrados a partir de pesquisa por assunto, autor ou título em:

www.scholar.google.com

www.dominiopublico.gov.br

www.periodicos.capes.gov.br

PLANO DE ENSINO

1. Dados de Identificação

Disciplina: **Filosofia**
Código: **FIL**
Carga horária: **30 horas-aula**
Créditos: **02**
Curso: **Bacharelado em Desenho**
Habilitação: **Design Gráfico e Design Industrial**
Departamento: **Design**
Fase: **3ª**
Professor: **Luís G. M. Monteiro**
Data da Aprovação: **2005/02**

2. Caracterização da Disciplina (Ementa)

Fundamentos filosóficos e identificação dos problemas centrais da experiência estética.

3. Objetivos Gerais

Capacitar os alunos para a compreensão, o debate e a crítica da filosofia a partir da contemporaneidade, com ênfase na mentalidade ocidental e no pensamento estético, estabelecendo conexões entre design e filosofia.

4. Objetivos Específicos

- § **Iª unidade: Situar o fenômeno filosófico humano a partir do âmbito do pensamento científico, regressando às origens e indicando debates e contribuições à compreensão que o humano construiu de si mesmo e da realidade até o pensamento medieval.**
- § **IIª unidade: Indicar o espaço do saber filosófico moderno e contemporâneo, no contexto das revoluções comercial e industrial, como base para a interpretação, criação e comunicação visual aplicada ao design.**

5. Conteúdo

Iª unidade: Origens filogenéticas do homem e gênese da cultura: dimensões da subjetividade humana. Civilização e filosofia. A filosofia antiga (dos pré socráticos a Roma) e a filosofia medieval (patrística e escolástica)- a experiência estética.

IIª unidade: O Renascimento e a filosofia moderna (humanismo, empirismo, racionalismo e iluminismo). As revoluções e a filosofia contemporânea (idealismo, materialismo, voluntarismo, evolucionismo, existencialismo, estruturalismo). Transformações na cultura: estética, criação e comunicação visual em design.

6. Metodologia

Aulas expositivas e debates em grande grupo fundamentados em textos indicados na disciplina com base na bibliografia.

7. Avaliação

A avaliação será feita com base em quatro provas individuais com consulta. Somente três notas serão consideradas para efeito da média (n -1), sendo a quarta prova uma recomposição de nota, quando necessário. Secundariamente serão considerados na avaliação a assiduidade, a pontualidade e a qualidade da participação nas aulas.

8. Cronograma

Aula	Data	Conteúdo
1		Apresentação Professor/Alunos e Plano de Ensino: Aspectos da Ciência
2		Introdução à filosofia: Origens filogenéticas, cultura, o processo civilizatório
3		Os pré socráticos
4		Sócrates e Platão
5		1ª Prova de Filosofia
6		Aristóteles
7		O Helenismo: Estóicos, Epicuristas, Cépticos e Ecléticos
8		A Idade Média: a patrística e a escolástica
9		2ª Prova de Filosofia
10		A idade Moderna: Do Renascimento às revoluções
11		Humanismo, empirismo, racionalismo e iluminismo
12		Revoluções burguesas e revolução industrial: a idade contemporânea
13		Idealismo, materialismo, voluntarismo e evolucionismo
14		Existencialismo e estruturalismo: a cultura contemporânea
15		3ª Prova de Filosofia

* avaliação e programa sujeito a alterações (responsabilidade do professor)

9. Referências Bibliográficas

Bibliografia Básica
<p>BAYER, R. História da estética Ed. Estampa, Lisboa, 1995.</p> <p>HAUSER, A. História social da arte e da literatura. Ed. Martins Fontes, São Paulo, 1995.</p> <p>MAGEE, Bryan. História da filosofia. São Paulo: Loyola, 1999.</p> <p>REALE, Miguel. Introdução à filosofia. São Paulo: Saraiva: 1999.</p> <p>TOYNBEE, A. A humanidade e a mãe terra . Ed. Guanabara, Rio de Janeiro, 1987.</p>

Bibliografia Complementar

- ARISTÓTELES. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1998.
- AGOSTINHO, Sto. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.
- AUDI, R. **The Cambridge dictionary of philosophy**. New York: Cambridge University Press, 1995.
- BOBBIO, Norberto. **A teoria das formas de governo**. Brasília: UNB, 1998.
- _____. **Dicionário de política**. Brasília: UNB, 1991.
- CHATELET, F, DUHAMEL, O., PISIER-KOUCHNER. **História das idéias políticas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- DESCARTES, R. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1979.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1996.
- FREUD, S. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1978.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- HEGEL, W. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.
- HOBBS, T. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1979.
- HUISMAN, D. (Org). **Dictionnaire des philosophes**. Paris: Puf, 1984.
- JAMES, W. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1979.
- KANT, I. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1979.
- LALANDE, A. **Vocabulaire technique et critique de la philosophie**. Paris: Puf, 1976.
- LARAIA, Roque B. (1997). **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- LOCKE, J. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1978.
- MANACORDA, M.A. **História da educação: da antiguidade aos nossos dias**. São Paulo: Cortez, 1999.
- MAQUIAVEL, N. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1979.
- MONDIN, B. **Curso de filosofia (I,II,III)**. São Paulo: Paulinas, 1981.
- MONTEIRO, L.G.M. **Neomarxismo: indivíduo e subjetividade**. Florianópolis/ São Paulo: Edufsc/Educ, 1995..
- MONTEIRO, L.G.M. **Sartre e Foucault: Subjetividade e poder**. Florianópolis : Ed. Udesc, 2002.
- NIETZSCHE, F. **Os pensadores**. São Paulo: Nova Cultural, 2000.
- OLIVA, A. (org) **Epistemologia: a cientificidade em questão**. São Paulo: Papirus, 1990.
- OLIVEIRA, A. S. de et.al. **Introdução ao pensamento filosófico**. São Paulo: Loyola, 1998.
- PLATÃO. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1979.
- PRÉ-SOCRÁTICOS. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1978.
- ROUSSEAU, J-J. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1978.
- SÓCRATES. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1980.
- TOMAS DE AQUINO. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1979.
- VOLTAIRE, F.M. **Os pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

PLANO DE ENSINO

1. Dados de Identificação

Disciplina: Gestão do design Gráfico I
Código:
Carga horária: 60 horas
Créditos: 04 créditos
Curso: Design
Habilitação: Gráfico
Departamento: Design
Fase: 5ª
Professora: Silvana Bernardes Rosa, Dra
Data da Aprovação: 2006/1

2. Caracterização da Disciplina (Ementa)

Particularidades do gerenciamento das atividades de projeto de produto. Legislação, normas e organismos vinculados ao design de produto. Proteção legal de projetos. Práticas profissionais. Interação mercadológica do design (indústria - designer - consumidor). Perspectivas de futuro.

3. Objetivos Gerais

Permitir ao acadêmico compreender as estruturas que envolvem a atividade profissional do design e os relacionamentos com seu mercado de atuação. Estimular a estruturação de plano de carreira através da compreensão do perfil de atuação.

4. Objetivos Específicos

1. Estudar as estratégias de comunicação de projeto e suas hierarquias
2. Identificar as estruturas profissionais para atuação
3. Compreender as condicionantes da gestão de projeto

5. Conteúdo

Módulo 1

Estrutura profissional

- apresentação pessoal - currículo, portfolio, meios de comunicação
- constituição do negócio, legislação, exigências, custos
- perfil profissional, tipologia e investimento

Modulo 2

Estratégias de comunicação

- compreendendo o todo e traçando objetivos: definição da tipologia do público
- hierarquia de comunicação: análise das necessidades e do tipo de relacionamento
- estratégias adaptadas às hierarquias: planejamento da forma de atuação

Módulo 3

Gestão de projeto

- prospecção, projeto e proposta
- Plano de negócio
- tipologia de projeto, critérios de análise e escolhas

06 - Metodologia

Aulas expositivas com a utilização de slides, transparências, vídeo, artigos e textos. Indicação de textos para leitura e apresentações de trabalhos.
Diagnóstico da empresa do trabalho de campo.

07 - Avaliação

- ∩ Exames escritos.
- ∩ Trabalhos em aula.
- ∩ Projeto de diagnóstico de empresa.

08 - Cronograma

	Tema	Dia	Tipo
1	Abertura	7	Expositiva
2	Modelo italiano - Instituto Europeo de Design	14	Expositiva
3	Visita a empresa	21	Visita
4	Modelo Americano PMBOK	28	Expositiva
		4	
5	Software PMBOK	11	Palestra
6	Plano de Negócios / empresa legal	18	Palestra
7	Modelo Francês - Estrategor (4 equipes)	25	EaD
8	Lattes, esclarece a distância, funcionamento	2	Expositiva
9	Modelo Francês / Apresentação modelo francês c/ empresário	9	Apresent.
10	Palestra direitos autorais / valdez ludvig	16	Palestra
11	Ambiente interno - campo, empresa (5 equi	23	EaD
12	Estratégias de análise de valor	30	Expositiva
13	Ambiente externo - campo, empresa	6	EaD
14	Custos de projeto/ apresentar proposta	13	Expositiva
15	Apresentação final	20	Apresent.

09 - Referências Bibliográficas básicas

DORNELAS, J.C.A. Empreendedorismo, transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Editora Campus. 2001.

GASNIER, D. Guia Prático para gerenciamento de Projetos. IMAN.....

Manual de Gestão do Design. Centro Português de Design. Portugal, 1997.

O Valor do Design: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico. - São Paulo; ADG Brasil Associação dos Designers Gráficos, 2003.

SANTOS, F, A dos. **O Design como Diferencial Competitivo.** Itajaí: Editora Univale,. 2000.

STRUNCK, Gilberto. **Viver de Design.** Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2001.

10 - Referências Bibliográficas Complementares

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto:** guia prático para o desenvolvimento de novos produtos. Trad. Itiro Iida. São Paulo: Ed. Edgard Blücher. 1 ed., 1998.

KELLEY, T. **A Arte da Inovação,** São Paulo: Editora Futura. 2001.

MAGALHÃES, Cláudio. **Design Estratégico:** integração e ação do Design Industrial dentro das empresas. SENAI/DN - SENAI/CETIQT - CNPq - IBIPTI - PADCT - TIB. 1997.

WOLF, Brigitte. **O Design Management:** como fator de sucesso. ABIPTI - SEBRAE - CNPq - FIESC/IEL. Campina Grande/PB - Florianópolis/SC. 1998.

PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Dados de Identificação

Disciplina: Gestão do design Gráfico II

Código:

Carga horária: 60 horas

Créditos: 04 créditos

Curso: Design

Habilitação: **Gráfico**

Departamento: Design

Fase: 6ª

Professora: Silvana Bernardes Rosa, Dra

Data da Aprovação: 24/07/2006

2. Caracterização da Disciplina (Ementa)

Particularidades do gerenciamento das atividades de programação visual. Legislação, normas e organismos vinculados ao design de produto. Proteção legal de projetos. Práticas profissionais. Interação mercadológica do design (indústria – designer – consumidor). Perspectivas de futuro.

3. Objetivos Gerais

Permitir ao acadêmico compreender as estruturas que envolvem a atividade profissional do design e os relacionamentos com seu mercado de atuação. Estimular a estruturação de plano de carreira através da compreensão do perfil de atuação.

4. Objetivos Específicos

1. Analisar o Sistema design e seus relacionamentos
2. Estudar as estratégias de comunicação de projeto e suas hierarquias
3. Identificar as estruturas profissionais para atuação
4. Compreender as condicionantes da gestão de projeto

5. Conteúdo

Módulo 1

Estrutura profissional

Apresenta plano de trabalho. Estrutura e estratégias da empresa Identificar partes interessadas (stakeholders)

Produto, ramo de atividade, processo produtivo, conceito, valor, função

Modulo 2

Estratégias de comunicação

Identidade e comunicação, sistema, alvos, meios usados, ouvir partes interessadas (desejos e objetivos)

Ambiente externo, concorrentes posicionamento

Módulo 3

Gestão de projeto

Diagnóstico empresarial

Direitos Autorais

Swot – estratégia de atuação em design, propostas, implicações, tempo e custo

Teste de Mercado

6 – Referências Bibliográficas básicas

DORNELAS, J.C.A. Empreendedorismo, transformando idéias em negócios. Rio de Janeiro: Editora Campus. 2001.

GASNIER, D. Guia Prático para gerenciamento de Projetos. IMAN.....

Manual de Gestão do Design. Centro Português de Design. Portugal, 1997.

O Valor do Design: guia ADG Brasil de prática profissional do designer gráfico. – São Paulo; ADG Brasil Associação dos Designers Gráficos, 2003.

SANTOS, F, A dos. **O Design como Diferencial Competitivo.** Itajaí: Editora Univale,. 2000.

STRUNCK, Gilberto. **Viver de Design.** Rio de Janeiro: Editora 2AB, 2001.

7 – Referências Bibliográficas Complementares

BAXTER, Mike. **Projeto de Produto:** guia prático para o desenvolvimento de novos produtos. Trad. Itiro Iida. São Paulo: Ed. Edgard Blücher. 1 ed., 1998.

KELLEY, T. **A Arte da Inovação,** São Paulo: Editora Futura. 2001.

MAGALHÃES, Cláudio. **Design Estratégico:** integração e ação do Design Industrial dentro das empresas. SENAI/DN – SENAI/CETIQT – CNPq – IBIPTI – PADCT – TIB. 1997.

WOLF, Brigitte. **O Design Management:** como fator de sucesso. ABIPTI – SEBRAE – CNPq – FIESC/IEL. Campina Grande/PB – Florianópolis/SC. 1998.

PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Dados de Identificação

Disciplina: Metodologia da Pesquisa Científica
Código: METOP
Carga horária: 45 horas-aula
Créditos: 03
Pré-Requisito: Metodologia Científica
Curso: Design Gráfico e Design de Produto
Habilitação:
Departamento: de Design
Fase: 6ª
Professora: Mara Rúbia Sant'Anna (c2mrs@udesc.br)
Data da Aprovação no Depto:
Semestre: 2006-2

2. Caracterização da Disciplina (Ementa)

Pesquisa: conceito, planejamento de pesquisa, relatório. Hipóteses. Variáveis. Métodos e técnicas de pesquisa científica. Metodologias qualitativas e quantitativas. Elaboração do projeto do Trabalho de Conclusão de Curso. A escolha do tema. Pesquisa do Material. O plano de trabalho e o fichamento. A redação.

3. Objetivos Gerais

Orientar os alunos na elaboração de seu Projeto de Conclusão de Curso, fornecendo-lhes os elementos necessários para o desenvolvimento de uma pesquisa que leve em conta sua capacidade crítica e criadora e que responda às necessidades sociais e acadêmicas da publicação científica.

4. Objetivos Específicos

- Unidade I – Caracterizar a pesquisa científica e seus principais elementos. Analisar outros trabalhos científicos desenvolvidos.
- Unidade II – Orientar o aluno na escolha do tema e na fundamentação do mesmo a partir da pesquisa bibliográfica e do registro adequado das leituras realizadas.
- Unidade III – Orientar o aluno na formulação do problema e na construção de suas principais hipóteses, tendo em vista a definição clara dos principais conceitos e das variáveis a serem utilizadas, orientando o aluno na delimitação de sua pesquisa.
- Unidade IV – Fornecer noções gerais sobre os métodos e as técnicas de pesquisa disponíveis nas ciências sociais e sobre os processos de coleta e análise de dados.
- Unidade V – Orientar o aluno na estruturação e na redação do seu Projeto de Conclusão de Curso, informando-o sobre as finalidades acadêmicas e sociais do TCC e a relação destas com as normas de redação.

5. Conteúdo

Unidade I - A Pesquisa Científica – uma introdução geral

- 1.1 – O que é um trabalho científico e para que serve.
- 1.2 – Analisando outros trabalhos.

Unidade II - A escolha do tema e o levantamento de dados

- 2.1 – Escolhendo um tema e a leitura exploratória

- 2.2 - A pesquisa bibliográfica e as fontes
- 2.3 - O registro das leituras (resumo e fichamento)
- 2.4 - A construção do referencial teórico.

Unidade III - A formulação do problema, as hipóteses e a delimitação da pesquisa

- 3.1 - Como formular um problema
- 3.2 - Como construir hipóteses
- 3.3 - O que são variáveis e como determiná-las
- 3.4 - Como delinear uma pesquisa
- 3.5 - O uso das técnicas de amostragem (introdução aos principais tipos)

Unidade IV - A seleção dos métodos e das técnicas de pesquisa (noções gerais)

- 4.1 - Métodos e técnicas de pesquisa científica
- 4.2 - Metodologias qualitativas e quantitativas
- 4.3 - Organização dos instrumentos de pesquisa
- 4.4 - Coleta e análise dos dados
- 4.5 - Noções gerais sobre a elaboração, a análise e a representação dos dados

Unidade V – O Projeto e o Trabalho de Conclusão de Curso

- 5.1 - Estrutura do Projeto
- 5.2 - Redação do Projeto
- 5.3 - Normas de redação – NBR atuais.

6. Referências Bibliográficas

- ALBERTI, Verena. **Manual de História Oral**. 2ª. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 10520**: apresentação de citações em documentos. Rio de Janeiro, 2002.
- _____. **NBR 10719**: apresentação de relatórios técnico-científicos. Rio de Janeiro, 1989.
- _____. **NBR 14724**: apresentação de trabalhos acadêmicos. Rio de Janeiro, 2002.
- _____. **NBR 6023**: referências bibliográficas. Rio de Janeiro, 2002.
- _____. **NBR 6024**: numeração progressiva das seções de um documento. Rio de Janeiro, 2003.
- _____. **NBR 6028**: resumos. Rio de Janeiro, 1990.
- _____. **NBR 6027**: sumário. Rio de Janeiro, 2003.
- BOOTH, Wayne C. COLOMB, Gregory G. WILLIAMS, Joseph M. **A arte da pesquisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da ciência**. São Paulo: Atlas, 1990.
- ECO, H. **Como se faz uma tese**. 14ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1995.
- GARCIA, Regina Leite (org). **Método: pesquisa com o cotidiano**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- GIL, A. C. **Como elaborar um projeto**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1996.
- UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SANTA CATARINA. **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos da UDESC: teses, dissertações, monografias e TCC**. Florianópolis, 2005, disponível em http://pages.udesc.br/%7Ea4msk/outros/manual_udesc_versao_preliminar.pdf.

Outros textos acadêmicos podem ser encontrados a partir de pesquisa por assunto, autor ou título em:

www.scholar.google.com
www.dominipublico.gov.br
www.periodicos.capes.gov.br

PROGRAMA DE DISCIPLINA

1. Dados de Identificação

Disciplina: Fundamentos de Expressão e Comunicação Humana

Código: FECH

Carga horária: 45 horas

Créditos: 3

Curso: Design Gráfico e Industrial

Departamento: Ciências Humanas

Fase: 1ª.

Professora: Tânia Regina da Rocha Unglaub

Ano/Semestre: 2005/01

2. Caracterização da Disciplina (Ementa)

Estudo dos sistemas de signos (eixo de linguagem) e sua aplicação na leitura artística.

3. Objetivos Gerais

Promover o conhecimento reflexivo sobre o processo de comunicação.

4. Objetivos Específicos

- Aprofundar o entendimento sobre a leitura da imagem artística publicitária e jornalística e sua aplicação.
- Discutir as relações entre comunicação, produção e consumo.
- Conhecer os códigos e suas manifestações naturais e culturais.
- Estabelecer semelhanças e diferenças dos códigos verbais e não verbais.
- Discutir o papel da educação no processo de comunicação.

5. Conteúdo

I UNIDADE

- Imagens artísticas, publicitárias e jornalísticas.

II UNIDADE

- Os meios de comunicação e o século XX e início do séc. XXI.
- Comunicação verbal e não verbal

III UNIDADE.

- Cultura, signo, código e linguagem.

IV UNIDADE

- Educação escolar: o que produz e o que reproduz

6. Referências Bibliográficas

BERGUER, John. A estrutura do ausente. São Paulo: Perspectiva, 1991.

ELIADE, Micéia. Mito e realidade. São Paulo. Perspectiva, 1991.

HERNANDEZ, Fernando. Cultura visual, mudança educativa e projeto de trabalho.

Porto Alegre: Artes |Médicas, 2000.

JOLY, Martine. Introdução à análise da imagem. 6ª. Ed. Campinas, SP: Papiros, 2003.

LOPES, Genésio. O Superpoder: Um império de Ganância e da lucratividade. São Paulo: Ibrasa, 2001.

PIGNATARI, Décio. Informação, linguagem, comunicação. São Paulo: Perspectiva. 2000.

PILLAR< Analice Dutra. (org.) A educação do olhar no ensino das artes. Porto Alegre: Ed. MEDIAÇÃO, 2001.

RAMALHO, Sandra Regina Oliveira. Leitura de imagens para educação. São Paulo, 1998. (Tese de Doutorado) Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

ROCHA, Everardo. (org.) Cultura & Imaginário: interpretação de filmes e pesquisa de idéias. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

Rossi, Maria Helena Wagner. Imagens que falm: leitura da arte na escola. Porto Alegre: Ed. MEDIAÇÃO, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. Matizes da linguagem e pensamento sonoro, visual, verbal. São Paulo: Iluminuras LTDA., 2001.

SILVA, Tomaz Tadeu da. Oque produz e o que reproduz em educação: ensaios de sociologia da educação. Porto Alegre: Artes Médicas, 1992.

TREVISAN, Armindo. Como apreciar a arte do saber ao sabor: Uma síntese possível. Porto Alegre: Uniprom, 1999.