



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO**  
**PRÓ-REITORIA PARA ASSUNTOS ACADÊMICOS**  
**DIRETORIA DE DESENVOLVIMENTO DO ENSINO**

**PROGRAMA DE COMPONENTE CURRICULAR**  
**TIPO DE COMPONENTE (Marque um X na opção)**

<input checked="" type="checkbox"/> Disciplina	<input type="checkbox"/> Estágio
<input type="checkbox"/> Atividade Complementar	<input type="checkbox"/> Módulo
<input type="checkbox"/> Trabalho de Graduação	

**STATUS DO COMPONENTE (Marque um X na opção)**

☐ OBRIGATÓRIO      ☐ ELETIVO      ☒ OPTATIVO

**DADOS DO COMPONENTE**

Código	Nome	Carga Horária		Nº. de Créditos	C. H. Global	Período
		Teórica	Prática			
DIND0037	DESIGN E SOCIEDADE – GRÁFICO – GESTÃO EM DESIGN	30	30	3	60	

Pré-requisitos	nenhum	Co-Requisitos	nenhum	Requisitos C.H.	nenhum
----------------	--------	---------------	--------	-----------------	--------

**EMENTA**

Promover um campo de discussão e reflexão sobre a gestão de design, permitindo que, por meio da troca de conhecimentos e experiências, alunos e professores possam auxiliar na construção do conhecimento nessa nova área. Apresentar e discutir situações relacionadas à atuação do design no universo empresarial de modo a facilitar a inserção dos futuros profissionais no mercado.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

**PRIMEIRO MÓDULO:** teórico

1. O universo das organizações: tipos, missão, visão e valores
2. O design no ambiente corporativo: o mundo dos negócios
3. Design VS Clientes: quem são? Onde estão? O que querem? (Mercado/Consumidor/Empresa)
4. Gestão e Gestão de Design/Design Management: conceitos e níveis
5. Estratégia centradas no design: design e inovação

**SEGUNDO MÓDULO** – Teórico/Prático

6. Design como mediador: Marketing e Engenharia – Diretoria e Acionistas
7. Metodologias de design
8. O Briefing
9. Ferramentas de pesquisa em design

**TERCEIRO MÓDULO** – Prático

10. Síntese dos resultados: o projeto
11. Avaliação: verificar a relação artefato/consumidor/empresa/mercado

**BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

BURDEK, Bernhard E. Design: historia, teoria e prática do design de produtos . Sao Paulo: E. Blucher, 2006.  
 LOBACH, B. Design Industrial: bases para a configuracao dos produtos industriais. Sao Paulo: Edgar Blucher, 2001.  
 MARTINS, Rosane Fonseca de Freitas. A gestao de design como estrategia organizacional. 2. ed. Londrina, PR: EDUEL, 2011.

**BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

MARTIN, Roger L. Design de negócios: por que o design thinking se tornará a próxima vantagem competitiva dos negócios e como se beneficiar disso . Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.  
 21 GRANDES designers: & suas mentes criativas . Sao Paulo: Edicoes Rosari, 2011.  
 BARBARÁ, Saulo; FREITAS, Sydney (Org.). Design: gestão, métodos, projetos, processos . Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2007.  
 BRUNNER, Robert; EMERY, Stewart. Gestão estratégica do design: como um ótimo design fará as pessoas amarem sua empresa. São Paulo: M.Books do Brasil, 2010.  
 CUTOLO, Giovan. O hedonista virtuoso: criatividade mercantil e projeto de consumo. Sao Paulo: Perspectiva, 2012.  
 NORMAN, Donald A. O design do futuro. Rio de Janeiro: Rocco, 2010.

DEPARTAMENTO A QUE PERTENCE O COMPONENTE

Núcleo de Design e Comunicação

HOMOLOGADO PELO COLEGIADO DE CURSO

Bacharelado em Design

ASSINATURA DO CHEFE DO DEPARTAMENTO

ASSINATURA DO COORDENADOR DO CURSO OU ÁREA



---

*Emitido em 07/10/2020*

**EMENTA Nº 900/2020 - SECGC (12.33.89)**

**(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)**

*(Assinado digitalmente em 15/10/2020 14:48 )*

LUCAS JOSE GARCIA

COORDENADOR

1138533

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <http://sipac.ufpe.br/documentos/> informando seu número:  
**900**, ano: **2020**, tipo: **EMENTA**, data de emissão: **07/10/2020** e o código de verificação: **73b9ae2aca**