

Mapa III - Gestão Estratégica do Design

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Gestão Estratégica do Design

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Strategic Design Management

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

D

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

D

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho): 168.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-56.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Ana Cristina Valério Couto - 56.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular: [sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

Compreender a interação entre design e o negócio, e o impacto do design no sucesso da empresa. Design e ROI.

Conhecer a capacidade estratégica do design para a definição do “negócio”.

Desenvolver capacidade de criar valor a partir do design

Saber como construir uma “proposta de valor” adequada

Desenvolver algumas das competências fundamentais que contribuem para um melhor desempenho e aplicação destes conceitos, como empatia, pensamento crítico e contextual, capacidade de análise, criatividade, originalidade e iniciativa.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

Interaction between design and business. The impact of design on the company's competitiveness. Design and ROI. The strategic capacity of design for the definition of the “business model”.

Create value through design

Building the “value proposition”

Develop some skills to achieve a better performance, such as empathy, critical, analytical and contextual thinking, analytical, creativity, originality and initiative.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- Porque é que o design traz valor ao negócio e à economia. Perceber como o design contribui para o PIB, e conhecer os fatores que tornam o design uma mais valia para a empresa.

- Explorar alguns frameworks/relatórios que demonstram esta evidência, como o Design Ladder, Economic Value of Design do Design Council.

- Análise de diferentes casos de empresas e marcas, com diferentes níveis de integração do design.

- Estudo do empresas design centered, e identificação dos fatores que as tornam mais competitivas.
- Construção da proposta de valor-Canvas, a partir do maior conhecimento dos utilizadores, da maior compreensão do negócio, da análise da concorrência, da construção de fatores de diferenciação robustos, o quais os fatores críticos de sucesso.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- Design economy. Understand how design contributes to GDP.
- Design & Business – Exploring the issues that make design an valuable asset to the company.
- Design Ladder – Case studies of companies or brands, with different levels of design integration. Analyses of the factors of competitiveness.
- Building the value proposition-Canvas.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos integram a apresentação de teorias, autores e casos de estudo que apresentam o design na sua dimensão pluridisciplinar, estratégica, ilustrando ainda o impacto que tem na empresa e na sociedade, e como se integra neste ecossistema. Os casos de estudo permitem conhecer empresas, projetos, produtos e explorar os aspetos estratégicos do design, como atuam no mercado

A dimensão comportamental é trabalhada nos projetos coletivos, e ainda evidenciada na exploração dos diferentes casos de estudo.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus includes the presentation of theories, authors and different case studies that illustrate the multidisciplinary and strategic dimension of design, and how it integrates into an ecosystem of business, culture, society, and human behavior. The case studies allow a practical view of the interaction between the different elements, and how they are balanced in an ecosystem.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Baseada essencialmente na dicotomia "thinker" and "doer" a estratégia de ensino utilizada integra a apresentação dos conteúdos programáticos e aplicação/sistematização destes conhecimentos em exercícios em aula. É ainda privilegiada uma atitude de tutoria, prevendo o acompanhamento personalizado da evolução de conhecimentos, ajustando alguns dos conteúdos aos interesses de cada aluno.

Os conteúdos programáticos são apresentados numa filosofia de curadoria de diferentes autores e ideias, e de diferentes canais, como vídeo, podcast, ppt, exposições, conferências, etc.

Os exercícios desenvolvidos em aula, são maioritariamente coletivos e com um tempo de execução estipulado entre as 2 a 3 horas, são sempre partilhados e apresentados em turma.

Os exercícios desenvolvidos em aula, são maioritariamente coletivos e com um tempo de execução estipulado entre as 2 a 3 horas, são sempre partilhados e apresentados em turma.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The syllabus is presented introducing different authors and ideas, and from different channels, such as video, podcast, ppt, exhibitions, conferences, etc.

The different exercises, whether collective or individual, are designed to reinforce the acquisition of core skills essential to a 21st century designer, namely empathy, critical and contextual thinking, analytical skills, creativity, originality, and initiative.

4.2.14. Avaliação (PT):

A avaliação é contínua, e os critérios de avaliação integram a: compreensão dos desafios colocados, gestão e desenvolvimento do processo, eficácia e criatividade das respostas, pensamento crítico e contextual demonstrado, capacidade de análise, e ainda o comportamento nos trabalhos coletivos, nomeadamente capacidade de integração, comunicação e liderança, e ainda a iniciativa.

4.2.14. Avaliação (EN):

The evaluation criteria include: understanding of the challenges, management and development of the process, creativity of the answers, critical thinking and inter relation of themes and also the behavior during classes, namely capacity of integration, communication and leadership, as well as initiative.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A apresentação de diferentes autores e ideias, análise de casos de estudo, a pesquisa de conteúdos ajustados às áreas de interesse, e a aplicação/sistematização imediata dos conteúdos programáticos, visam o reforço da dicotomia de "pensamento/ação", "conhecimento/aplicação". A interligação de diferentes áreas disciplinares como explorar a interação design e negócio, design e consumidor, design e propósito, e a exploração do que é a construção de valor, reforçam a capacidade reflexiva e de análise e o desenvolvimento de pensamento crítico e criativo. Basear a aulas numa constante participação e colaboração ajuda ainda a desenvolver a capacidade de iniciativa, de comunicação e empatia.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The presentation of different authors and ideas, analysis of case studies, the search for content adjusted to the areas of interest of the students, and the immediate application/systematization of the syllabus, aim to reinforce the dichotomy of "thought/action", "knowledge/application". The interconnection of different disciplinary areas, such as the interaction between design and business, design and consumer, design and purpose, and the building of the values proposition, reinforce the analytical, critical, and creative thinking.

Encouraging class participation and collaboration also helps to develop the initiative, communication, and empathy.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

*Kathryn Best · 2015, Design Management: Managing Design Strategy, Process and and Implementation
Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Gregory Bernarda, Alan Smith.2014, Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want
Cindy Barnes, ?Helen Blake, ?Tamara Howard · 2017, Selling Your Value Proposition: How to Transform Your Value Proposition
Simon Robinson , Satish Kumar. 2012, Holonomics: Business Where People and Planet Matter
Sotiris T. Lalaounis · 2017, Design Management: Organisation and Marketing
Colin Gray, ?Will Hughes · 2007, Building Design Management
Brigitte Borja de Mozota. 2003, Design Management: Using Design to Build Brand Value and Corporate Innovation e vários conteúdos apresentados no moodle da disciplina.*

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

*Kathryn Best · 2015, Design Management: Managing Design Strategy, Process and and Implementation
Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, Gregory Bernarda, Alan Smith.2014, Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want
Cindy Barnes, ?Helen Blake, ?Tamara Howard · 2017, Selling Your Value Proposition: How to Transform Your Value Proposition
Simon Robinson , Satish Kumar. 2012, Holonomics: Business Where People and Planet Matter
Sotiris T. Lalaounis · 2017, Design Management: Organisation and Marketing
Colin Gray, ?Will Hughes · 2007, Building Design Management
Brigitte Borja de Mozota. 2003, Design Management: Using Design to Build Brand Value and Corporate Innovation
Moddle of Design Management*

4.2.17. Observações

(PT): [sem
resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]