

| | |
|--|--|
| Curso: 2º CICLO; 120 ECTS MESTRADO EM DESIGN DE PRODUÇÃO Curso Nº: M017 Nº de Registo: Opção de Especialização: Design de Produção Industrial | Unidade Curricular: DESIGN INDUSTRIAL Código: |
|--|--|

| | | | |
|---|----------------------------|---|--|
| Ano: 1º | Créditos ECTS: 6 | Tipo: PL Prático-Laboratorial | Tempo de Trabalho (Horas) |
| Semestre: 2º | | | Total: 160 Contacto: 120 |
| Área Científica: Projecto Código: PR | | | Regente: António Cruz Rodrigues, Prof. Associado Conv. |

Competências a Adquirir:

Simular a prática profissional tendo por base a resolução de projectos de Design Industrial.

O aluno deverá dominar, no final do curso, os seguintes raciocínios, conteúdos e metodologias de abordagem projectual:

1. Controlo, monitorização e capacidade de enfoque durante os processos de pensamento projectual.
2. Abordagem dos temas e dos discursos projectuais segundo pontos de vista: histórico, científico, experimental e logístico.
3. Enquadramento cultural dos produtos, noções de idolatria, iconologia, narcisismo, totemismo e ideologia.
4. Conceitos de valor, retórica do objecto: Juízos universais; Valores abstractos ou concretos; Hierarquias abstractas, concretas, homogéneas e heterogéneas.
5. Quadrado semiótico: noções de valores críticos, práticos, lúdicos e míticos do objecto (permanência, continuidade, descontinuidade e renovação).
6. Conceitos sobre o objecto/mensagem: fenómenos de redundância, entropia e convencional.
7. Papel das emoções e sentimentos no desenvolvimento do pensamento projectual.
8. Atitudes, idiomas e técnicas para atalhar padrões e gerar provocações durante o processo criativo.
9. Dimensões cognitivas, emotiva e experimental do espaço/objecto.

Descrição do Programa:

Entende-se como síntese programática a capacidade de desenvolver projectos nos seguintes contextos:

1) A ideia de marca. Responsabilidade pragmática, semântica e de sintaxe. 2) Perfil de consumidor, perfil de comportamento (antropologia, sociologia e psicologia do objecto). 3) Noções de mercado: Segmento, *target* e posicionamento. 4) Concretização de projectos condicionados aos potenciais industriais portugueses e de acordo com uma perspectiva de mercado aberto. Noção de importação e exportação (mercado nacional e internacional). 5) Desenvolvimento de projectos de produto(s) condicionados a lógicas de promoção, divulgação e comercialização no mercado (*packaging, displays, corners, shop in the shop, stands*, espaços de venda, etc).

Metodologia:

1) Estrutura de aulas caracterizada pela apresentação e discussão de conhecimentos teóricos pertinentes para o desenvolvimento dos projectos. 2) Acompanhamento e desenvolvimento dos trabalhos dos alunos em regime de atelier. 3) Temas de projecto enquadrados em perspectivas de desenvolvimento da indústria portuguesa no âmbito da internacionalização. 4) Execução dos projectos com base em suportes informáticos (Autocad, 3d Studio, Rhino, Solidworks, etc). 5) Avaliação contínua através das diferentes fases do projecto e de acordo com as tipologias de apresentação (em painel, multimédia, etc).

Avaliação:

Avaliação contínua, individual, realizada através da execução de exercícios práticos e/ou de natureza projectual de aquisição de conhecimentos a serem resolvidos em sala de aula, ou de acordo com as regras constantes no enunciado do mesmo. Será considerado ainda em todas as fases dos exercícios práticos e/ou projectuais por parte do aluno: Interesse, assiduidade, pontualidade / boa postura ética, bom relacionamento, participação activa, capacidade de trabalhar em grupo / capacidade de investigação, assimilação das matérias, competência de execução técnica e de representação, organização, evolução, clareza da solução, boa apresentação dos trabalhos, rigor auto-crítico / prazos de entrega, exposição do projecto e defesa final dos trabalhos.

Classificação: de 0 (zero) a 20 (vinte) valores de acordo com a escala:

negativo - F (reprovado - abaixo de 10 valores); positivo - D (a partir de 10 valores); positivo com mérito de clareza - C (a partir de 14 valores); Positivo com mérito de clareza e correcção - B (a partir de 16 valores); Excelente - A (a partir de 18 valores).

Condições para aprovação:

1- a partir de 18 - Excelente - A: frequência e participação activa na totalidade das horas de contacto. Realização de todos os exercícios e de todas as suas fases na totalidade / 2- a partir de 16 - Muito Bom: frequência de pelo menos 4/5 das horas de contacto. Cumprir com a realização dos exercícios e/ou projecto proposto em pelo menos 80% do exigido. / 3- a partir de 14 - Bom: frequência de pelo menos 3/4 das horas de contacto. Cumprir com a realização dos exercícios e/ou projecto proposto em pelo menos 70% do exigido / 4- a partir de 10 - Suficiente: frequência de pelo menos 2/3 das horas de contacto. Cumprir com a realização dos exercícios e/ou projecto proposto em pelo menos 60% do exigido.

Bibliografia:

- 1/ KELLEY, Tom, *The Circle of Innovation*, N. York, Vintage, 1999
- 2/ CERIANI, Giulia, *Marketing Moving: L'Approccio Semiotico*, FrancoAngeli, 2001.
- 3/ MANARESI, Angelo, *I programmi Fedeltà*, FrancoAngeli, 2001. NORMAN, Donald, "Things that make us happy", N.York, Doubleday, 1990
- 4/ BONO, Edward de, *O Pensamento Lateral, Um Manual de Criatividade*, Pergaminho, 1990.
- 5/ MANARESI, Angelo, *I programmi Fedeltà*, FrancoAngeli, 2001.