

Os programas de Pós-Graduação oferecidos pela Faculdade de Tecnologia do Instituto Europeo di Design estão em conformidade legal e atendem as Resoluções CNE/CES nº 1, de 3 de abril de 2001 e nº 1, de 8 de junho de 2007 do MEC - Ministério da Educação. O curso está estruturado em disciplinas (360h) e ao final do programa, o aluno deverá apresentar um trabalho de conclusão, projeto ou monografia, conforme a modalidade eleita para aquela turma (40h), totalizando 400h.

■ METODOLOGIA

O curso é dividido em três fases:

- Fase I - Núcleo Interdisciplinar de Fundamentação¹: Compreensão Avançada do Design - abordando aspectos históricos, projetos, sustentabilidade, tendências socioculturais e Design de Móveis.
- Fase II – Design Business – Esta fase apresenta disciplinas voltadas ao gerenciamento e estratégia de como o Design pode potencializar o seu negócio, produto ou alavancar mercados.
- Fase III – Experience by Design - Com foco no pensamento criativo e na inovação, as disciplinas buscam a diferenciação e mudança conceitual no desenvolvimento e nos novos modelos de projetar.

■ OBJETIVO

O curso oferece uma formação crítica e reflexiva para todos os profissionais da área de desenvolvimento e projeto do produto e serviços, posicionando o profissional no universo da inovação em design e como a inovação esta presente em todo o ciclo de desenvolvimento durante o projeto. Durante os módulos serão desenvolvidos projetos (workshop) distintos em colaboração com professores, especialistas e profissionais renomados e experientes, que fornecerão o “know-how” e o suporte técnico, necessários para a realização de diferentes produtos projetados.

O Master em Design Estratégico é um curso de pós-graduação *latu sensu*, atual e de aprofundamento profissional com a tradição do Design Italiano, que aborda de fato uma cultura de inovação e pensamento estratégico no processo de criar, gerenciar e implementar. Dentre os principais objetivos e formação de competências, destacam-se:

- proporcionar ao aluno um olhar qualificado sobre a importância do design e sua aplicação no projeto, no negócio e no mercado;
- repensar a função e a ampliação do envolvimento do designer em todos os processos e do seu contexto;
- estimular a potencialização de uma ideia por meio da criatividade que possa gerar valor real para o consumidor, empresa e mercado.

■ PÚBLICO

Com a proposta de atender a uma demanda crescente do mercado, este programa foi desenvolvido para profissionais de diferentes áreas: design, administração, marketing, projetos, engenharia, comunicação, arquitetura e outras áreas que desejam explorar seus conhecimentos aplicados ao desenvolvimento do projeto e conceituação do produto.

■ COORDENAÇÃO

Carlos Zardo Jr.

Pós-graduado em Gestão Estratégica de Embalagem – ESPM, Administração da Comunicação Social: Marketing e Propaganda FECAP/SP. Sócio-diretor da Haus+Packing Design. Coordenador do Comitê de Design da Associação Brasileira de Embalagem. Professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing, do Instituto de Tecnologia Mauá, Universidade Anhembi-Morumbi, Fundação Getúlio Vargas e IED. Sócio-diretor da Haus+Packing, onde desenvolve projetos de Gestão de Marca, Identidade Visual, design de embalagem, design editorial, design promocional e Naming.

FASE I - Núcleo Interdisciplinar de Fundamentação ¹

Fundamentação Avançada do Design

- História do Design (18h)

Partindo do final do século XIX, o curso abordará as principais relações estabelecidas entre a produção no âmbito do design, da arte e da arquitetura, da origem ao desenvolvimento no âmbito mundial e nacional, e a associação desta produção à formação social, política e cultural. Pretende-se, desta forma, ampliar o conhecimento e debater a construção dessa produção, estendendo também o repertório visual dos alunos e, sobretudo, entender o caminho trilhado entre o processo criativo e seu produto final, a partir da abordagem dos distintos elementos, nacionais e internacionais, que compõem o revolucionário século XX.

- Tendências Socioculturais (18h)

Este módulo que faz tem por objetivo analisar o processo da evolução histórica do design em distintas culturas; compreender as raízes do gosto e os novos valores atribuídos ao design de mercado atual; compreender as mutações do contexto cultural e social que influenciam as necessidades e expectativas do mercado e por fim prospectar cenários para entender as perspectivas de evolução do design no futuro.

Eco Design

- Ecosustentabilidade e responsabilidade social (18h)

A disciplina pretende apresentar conceitos, ferramentas e estratégias de design sustentável e suas respectivas aplicações. O tema é abordado em conjunto com o estudo dos sistemas de funcionamento social, ambiental e econômico. Tem como objetivos gerais contribuir para a reflexão e percepção do profissional sobre o real potencial de impacto positivo e negativo para a sustentabilidade da sociedade; propiciar o desenvolvimento de estudos, pesquisas e práticas, com base no aprofundamento da fundamentação teórica e prática reflexão e discussões sobre o tema em questão.

- Design de Mobiliário (18h)

A disciplina tem por objetivo fornecer subsídios projetuais para o desenvolvimento de projetos de mobiliário proporcionando ao aluno uma visão macroscópica da relação empresa-cliente; levá-lo a pensar em todos os aspectos da apresentação de um projeto e na empresa-cliente criando o projeto, segundo o tema proposto e as necessidades, compatível com o público alvo; proporcionar uma visão holística da empresa-cliente. Por fim desenvolver um projeto de mobiliário, dentro do workshop, que abordará a indústria moveleira, análise de mercado, tecnologia e materiais, as relações simbólicas dos novos espaços sociais.

¹ FASE I

O Núcleo Interdisciplinar de Fundamentação é formado por disciplinas interdisciplinares de tronco comum com os programas de pós-graduação em Interior Design e Design Estratégico.

Fase II - Design Business

Metodologia do Projeto

- Semiótica (18h)

Fornecer instrumentos básicos e metodológicos para a semiótica em geral para que o profissional consiga desenvolver análise de objetos imersos em nosso cotidiano bem como objetos e sistemas urbanos. Semiótica discursiva, Design da Experimentação, Interdisciplinaridade no Design, Iconografia Urbana e Life Style.

- Metodologia do Projeto (18h)

Analisar as diferentes metodologias utilizadas no desenvolvimento dos diversos segmentos, refletindo sobre como o comportamento social, inovação e as novas tecnologias implicam neste processo. O objetivo é entender a metodologia do projeto aplicada e todo o processo de desenvolvimento do produto, serviços ou mercado, vivenciando desde o processo do brief ao desenvolvimento e estratégia do projeto.

Gestão do Design Estratégico

- Gestão em Design (18h)

O design como estratégia. Como nasce um business ideia e como se forma a business cultura de uma empresa orientada pelo design. O curso indica como gerir o processo de design nos termos da pesquisa estratégica e fornecer conhecimentos relativos às estratégias para a solução dos problemas baseados nos indícios fornecidos pelo mercado. O avanço e a importância do design na hierarquia das empresas e suas atuais ferramentas utilizadas nessa nova maneira de pensar design.

- Projeto de Modelo de Negócios (18h)

Esta disciplina discute o pensamento de modelos de negócios através de ferramentas de marketing e design. Análise SWOT, Mapa de Empatia, Blue Ocean Strategy entre outras são conceitos e ferramentas utilizadas no projeto de construção ou discussão do modelo com foco em valor.

Marketing e Branding

- Branding (18h)

Compreender o processo de construção de Marca e identidade de uma empresa através dos diversos meios que esta se comunica, aprendendo neste contexto, como as experiências estão sendo construídas e observadas acerca do consumidor. Gerenciar relacionamentos (físico e emocional) entre os clientes e empresa, criando valores (tangíveis e intangíveis) durante as experiências vivenciadas entre marca e os clientes.

- Planejamento Estratégico e Marketing (15h)

Compreender as técnicas de marketing e seu processo de construção e desenvolvimento de produto, serviço ou mercado no plano estratégico das empresas como um importante instrumento de gestão para as organizações que atuam em ambientes complexos e em transformação. Gerenciar relacionamentos (físico e emocional) entre os clientes e empresa, criando valores (tangíveis e intangíveis) durante as experiências vivenciadas entre marca e os clientes.

- Seminários Temáticos (6h)

Gestão Empresarial

- Administração e Marketing de Escritórios (18h)

Nesta disciplina os alunos serão capacitados a utilizar técnicas de pesquisas de Etnografia Rápida*. Alguns tópicos serão abordados tais como a imersão em contexto com foco no processo de descoberta; a imersão e refinamento; a definição, utilizando algumas ferramentas e métodos para cada uma das partes:

- Liderança e gestão de Equipes (18h)

Identificar os diversos estilos de liderança e reconhecer suas características, adquirindo informações para influenciar, desenvolver, comprometer pessoas e construir equipes. Através do desenvolvimento da habilidade de gerenciar e valorizar pessoas, aplicar as melhores ferramentas para, estrategicamente, montar a melhor equipe para o desenvolvimento dos projetos.

Finanças e Propriedade Intelectual

- Finanças (15h)

Discussão de conceitos básicos aplicados à gestão financeira das empresas, que impactam no processo de tomada de decisão e mensuração de resultados. Entendimento dos mecanismos de análise de desempenho financeiro, assim como sua relação com a gestão de projetos e o design.

- Propriedade Intelectual (15h)

Instruir o designer sobre os principais institutos da propriedade intelectual, que envolve marcas, patentes de invenção e de modelo de utilidade, desenho industrial, e direito autoral. Conhecendo esses institutos o designer estará preparado para proteger suas criações intelectuais, agindo de acordo com a legislação vigente no país. A intenção é desmitificar o direito para o designer, com o uso de uma linguagem clara e objetiva, e a aplicação prática de conhecimentos jurídicos ao dia a dia do profissional. Além disso, compreender as principais cláusulas e implicações éticas no processo de contratação de serviços de design – concorrência, negociação, direitos, propriedade intelectual e confidencialidade, entre outros.

Fase III – Experience by Design

Design Research

- Técnicas de Investigação (18h)

Pensar o processo de busca e levantamento de dados para direcionamento estratégico do projeto e consequente materialização. Esta disciplina permitirá ao aluno discernir os diferentes tipos e possibilidades de pesquisa e sua melhor utilização ampliando o escopo de aplicação, avaliando e entendendo seu grau de importância no processo de tomada de decisões.

- Pesquisa Etnográfica e Comportamento (18h)

Nesta disciplina os alunos serão capacitados a utilizar técnicas de pesquisas de Etnografia Rápida*. Alguns tópicos serão abordados tais como a imersão em contexto com foco no processo de descoberta; a imersão e refinamento; a definição, utilizando algumas ferramentas e métodos para cada uma das partes:

- Mergulhar no contexto onde as pessoas vivem, trabalham e se socializam;
- Entender de forma experiencial, não apenas intelectual;
- Perceber o que sentem
- Gerar insights e oportunidades inesperadas

* Etnografia Rápida é uma técnica voltada ao design e se difere em termos de processos e metodologias do modelo antropológico original.

Gestão da Inovação

- Gestão da Inovação através do Design Thinking (24h)

O pensamento em design como ferramenta estratégica, focada na inovação é vital e vem assumindo um papel cada vez mais importante no dia a dia das empresas. O objetivo desta disciplina é apresentar ao aluno o diferencial estratégico da metodologia do Design Thinking como ferramenta de busca e gestão de inovação. Discutir a cultura de inovação nas empresas e seu papel no novo cenário competitivo.

- Workshop de Materialização de conceitos (12h)

O Workshop fornecerá subsídios para o entendimento da metodologia e sua aplicação através da aplicação de ferramentas e análise estratégica de informações, buscando a inovação de um produto, serviço ou mercado.

Design Experience

- Sistemas de Identidade (18h)

A identidade é o cerne de todo processo de construção da percepção da marca de uma empresa, produto ou serviço. Por meio de sua análise, a disciplina apresenta elementos que podem e devem ser potencializados no processo de gestão dos pontos de contato das marcas, indo além do comum, buscando alcançar todos os sentidos, gerando valor efetivo para a marca, desenvolvendo fidelidade.

- Workshop Design Experience (18h)

Ampliar o olhar de forma criativa sobre a gestão de pontos de contato das marcas, buscando a verdadeira identidade como base do processo de construção.

TCC

Orientação de Projeto Final:

Trabalho de Conclusão de Curso

O Projeto Final é etapa necessária e obrigatória para receber a certificação de conclusão do curso. Ao longo do percurso formativo, o aluno escolherá o tema do seu projeto final e durante o módulo específico, será orientado por professores.

■ DOCENTES

Nossos docentes são designers reconhecidos na área, profissionais e diretores de empresas leader e de agências com importância internacional, convivem diariamente com a realidade empresarial e produtiva. Essa contribuição permite que as rápidas transformações dos contextos produtivos encontrem resposta imediata no conteúdo dos cursos.

■ PARCERIAS

No Istituto Europeo di Design, o aluno entrará em contato com empresas durante todo o curso. Deste modo, compreenderá processos e desafios do trabalho criativo aplicado à produção de bens de consumo para o mercado. No IED o projeto pedagógico contempla momentos de vivência profissional simultaneamente ao processo formativo, isso porque o IED mantém parcerias com empresas públicas e privadas, estúdios de design, agências governamentais e ONGs. Os projetos integrados com empresas proporcionam desafios diferenciados.

As empresas participam na direção, coordenação e supervisão dos projetos nos quais estão envolvidas. Estas colaborações são concretizadas por meio de workshops, projetos e palestras que enriquecem os alunos com a experiência e com grande chance de ver o seu próprio projeto comercializado; ao mesmo tempo, as empresas se beneficiam dos resultados obtidos com uma linguagem inovadora e criativa.

| A CASA DO ARTISTA | ABEST | ABRE | ABIT | ALBERFLEX | ALITALIA
| BIBLIOTECA MARIO DE ANDRADE | BRASTEMP | BOX 1824 | CANAL | CASA
COR | CENTRO CULTURAL SÃO PAULO | CCSP | CHILLI BEANS | CNC FLEX
| COLUNNA | DECA | DIESEL | DIVINA | DOC DOG | ECKO | FIORENTINO
PRODUÇÕES E EVENTOS | FAZENDO ONDA | FIRST | FOCH | FOLHA DE
SÃO PAULO | GANADERIA | IBGM | IDEA ZARVOS | IESB | ISTITUTO CRIAR
| ISTITUTO INOVA | INTERFACE | ISTITUTO ITALIANO DI CULTURA | IKKO
ISHP | I-STICK | LE POSTICHE | MABE | MANGELS | MASISA | MAX HAUS
| MICASA | MIOLO | MUSEU DA IMAGEM E DO SOM | MUSEU DA LINGUA POR-
TUGUESA | NEUMANN | OFICIO MODA | OSRAM | OVO DESIGN | PHILIPS
PROJETO CIDADE ESCOLA APRENDIZ | Q&E | REEBOK | RIVA | SAMSUNG
SCMC | SEBRAE | SEDEC - ESTADO DE ALAGOAS | SENAC | SOLVAY | SP TURIS
| SWAROVSKI | TOK&STOCK | TURMA DO BEM | VAZ | WGSN | WHIRPOLL
| WISE UP | YOOX | ZUPI

PROFESSORES E PALESTRANTES CONVIDADOS

Alessandro Câmara

André Cruz

Aníbal Folco

Bruno Pompeu

Carlos Leite

Fabiano Pereira

Giselle Tromboni

Janiene Santos

Marcelo Teixeira

Marcia Holland

Marcos Batista

Rodrigo Najar

Rodrigo More