

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: Inovação e Criatividade – Com foco no pensamento criativo e na inovação, as disciplinas buscam a diferenciação e mudança conceitual no desenvolvimento e nos novos modelos de projetar.
- Fase III – Gestão Estratégica do Design - Esta fase apresenta disciplinas voltadas ao gerenciamento e estratégia de como o Design pode potencializar o seu negócio ou produto.

■ 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 Industrial Design 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 no processo de criar e gerenciar. 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 e no negócio;
- Epensar a função e a ampliação do envolvimento do designer em todos os processos do produto e do seu contexto;
- Estimular a potencialização de uma ideia por meio da criatividade que possa gerar valor real para o consumidor.

■ PÚBLICO

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

■ COORDENAÇÃO

Marcos Antonio Batista

Designer formado pela Faculdade de Desenho Industrial de Mauá (FADIM) e pós-graduado em Engenharia de Produto (USJT). Com 18 anos de experiência em design de produto, participações em palestras e conferências de âmbito internacional e nacional, atuou na gestão de design das marcas Bosch e Continental para América Latina e como industrial designer em cocção, refrigeração e lavanderia na Bosch and Siemens Home Appliances Group. Conquistou importantes prêmios nacionais e internacionais de design: IF Product Design Award, Red Dot Design Award, Idea Brasil, Design Excellence Brazil, House & Gift Design, Móvel Sul, Senai Excellence, entre outros . Participou em exposições como Museu da Casa Brasileira, Brazil Design Week, Mostra Design Brasileiro no Palácio do Itamaraty e FIESP entre outras. Atualmente é consultor em design de produto e estratégico no Studio Marcos Batista, empresa que atua em diversas áreas do design e empresas de vários segmentos. É professor do Curso de Design do Produto do Centro Universitário Mauá; professor e coordenador do curso de Pós Graduação em Industrial Design e Design Estratégico e do Curso de Graduação em Design do Produto do IED. Idealizador e Professor do curso de extensão em Gestão da Inovação no IED. Participou como jurado de concursos de Design: Planeta Casa – Revista Casa Cláudia e Prêmio Museu da Casa Brasileira.

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.

FASE II - Design: Inovação e Criatividade**Metodologia do Projeto****• Técnicas de Representação Gráfica (18h)**

Desenvolver a percepção da forma; a criatividade; a proporção; o traço; a percepção geométrica e a habilidade de representação manual de um objeto/produto por meio das técnicas criativas de representação gráfica de linguagem própria do design "sketch".

• Metodologia do Projeto (18h)

Analisar as diferentes metodologias utilizadas no desenvolvimento dos diversos segmentos de produtos, 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, vivenciando desde o processo do brief ao desenvolvimento e estratégia do projeto.

Design Estratégico**• Design de Embalagem (18h)**

O workshop oferece uma formação prática, crítica e reflexiva para desenvolver profissionais na área de desenvolvimento e projeto de design de embalagens, ampliando o repertório criativo e o conhecimento metodológico. Apresentando ferramentas para gerenciar, planejar, avaliar e conduzir projetos de design de embalagens, com olhar amplo e estratégico, a disciplina enfatiza os seguintes temas:

- Embalagem e a sociedade, demandas e tendências;
- Materiais de Embalagem e processos de impressão: Metálicos, Cartonados, Poliméricos, Vidro;
- Embalagem como ferramenta promocional e de construção da marca;
- Legislação aplicada a embalagens;

• Tendências de Consumo (18h)

Esta disciplina apresenta diversas técnicas de pesquisa de comportamento do consumidor e tendências em sintonia com o mercado nacional e internacional, as chamadas Megatendências: grandes direcionamentos estratégicos. A disciplina cria competências básicas para a compreensão das tendências de consumo, os novos targets de consumo e conceitos integrados à estética, considerando o cenário e sua evolução nos últimos dez anos e perspectivas de futuro.

Design Thinking**• Pesquisa Etnográfica (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.

• Design Thinking (18h)

Cada vez mais empresas e marcas procuram entender e criar estratégias para atuar com sucesso no mercado. Por isso o Design Thinking se tornou uma ferramenta estratégica para os negócios, além de estimular a criação de uma cultura de inovação e de fato entender o que é inovação aplicada em design e ainda analisar a importância das novas e inovadoras técnicas projetuais na concepção de produtos ou serviços. É essencial obter uma forma criativa de propor novos conceitos e gerar oportunidades para a empresa e usuário/consumidor.

Design de Serviços

• Ergonomia e Percepção (18h)

Diferentemente dos conteúdos já vistos na graduação, os objetivos desta disciplina são:

- Adequar os produtos e espaços a maioria da população, trazendo mais adequação, segurança, conforto e satisfação.
- Explorar aspectos cognitivos como percepção, memória e esforço mental. Eliminar fatores que causam algum tipo de desconforto mental e físico.
- Avaliar todo o processo produtivo desde a concepção do produto, seleção de materiais e processos de fabricação, toda a produção, distribuição, uso, manutenção até o pós-uso. Sempre procurando respeitar ao máximo o ser humano (suas limitações) e o meio ambiente.

• Design de Serviços (18h)

O workshop é constituído em três eixos fundamentais. Dois desses eixos (Humanidades e Marketing de Serviços), para formação e um terceiro de consolidação e produção (Desenvolvimento). Esses eixos são estruturados, além de seu conteúdo intrínseco, por disciplinas complementares conforme descrito abaixo:

- Humanidades: Meta Design; Redes; Pensamento Criativo;
- Marketing de Serviços: Tecnologia da interação; Psicologia do consumo;
- Desenvolvimento da ideia ao produto: Diagnósticos; Design como fomento de pesquisa.

Fase III – Gestão Estratégica do Design

Branding e Identidade de Produtos

• 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 pelo outro lado: o consumidor. Os tópicos abordados serão:

- Compreensão da identidade de marca;
- Relação: identidade de marca / estratégia empresarial/ identidade de produto;
- Identidade regional e globalização.

• Planejamento Estratégico e Marketing (18h)

Compreender as técnicas de marketing e seu processo de construção e desenvolvimento de produto 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.

Semiótica Aplicada ao Produto

• 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.

• Design de Eletrodomésticos (18h)

O Workshop fornecerá subsídios para o entendimento da construção de significados contidos em objetos e marcas. Através das análises de objetos e de identidades de marcas, busca-se habilitar o aluno para a compreensão dos modos pelos quais se podem criar sentidos, valores e identidade no design estratégico. Esses elementos da semiótica serão aplicados no desenvolvimento de um projeto “Eletrodoméstico” assim como todo o processo do design até a viabilização da ideia.

Gestão em Design

• 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.

• Marcas e Patentes (18h)

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 melhor 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.

Meta Design

• Técnicas de Criatividade e Apresentação (18h)

Avaliar e discutir como melhor se apresenta um tipo de produto/projeto, buscando compreender as técnicas de apresentação verbal e digital. Fornecer elementos criativos e ferramentas para apresentação de projetos. Tornar-se um contador de histórias.

• Meta Design (18h)

O Workshop de Meta Design abordará de uma maneira geral todo o contexto do curso desde a sua fundamentação, pensamento criativo, design thinking até a gestão estratégica do design como elementos fundamentais para o desenvolvimento do projeto final.

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

André Cruz
Auresnede Pires Stephan:
"Prof. Eddy"
Bruno Pompeu
Carlos Leite
Carlos Zardo
Christiane Oliveira
Eric Zompero
Fabiano Pereira
Janiene Santos
Julio Freitas
Leonardo Romeu
Lincoln Seragini
Marcelo Farias
Marcelo Teixeira
Marcia Holland
Marcos Batista
Rodrigo Najar
Thais Rodrigues