



| | | |
|--|---|---|
| Código: 201340000 | Gestão E Marketing Em Design | Tipo de Unidade Curricular Optativa |
| Ano Lectivo 2013-2014 | Curso: Doutoramento em Design | Ciclo Estudos: 1º <input type="checkbox"/> 2º <input type="checkbox"/> 3º <input checked="" type="checkbox"/> |
| Créditos: 5,0 ECTS | Idioma leccionado <input checked="" type="checkbox"/> Português <input checked="" type="checkbox"/> Inglês <input type="checkbox"/> Outro idioma | Ano Curricular: 1º <input checked="" type="checkbox"/> 2º <input type="checkbox"/> 3º <input type="checkbox"/> 4º <input type="checkbox"/> 5º <input type="checkbox"/> |
| Área Científica: <input type="checkbox"/> Arq. ^a <input type="checkbox"/> Urb. ^a <input checked="" type="checkbox"/> Design <input type="checkbox"/> DCV <input checked="" type="checkbox"/> CST <input type="checkbox"/> TAUD <input type="checkbox"/> HTAUD | | Anual: <input type="checkbox"/> Semestral: 1º <input type="checkbox"/> 2º <input checked="" type="checkbox"/> |
| Pré-requisitos: Sim <input type="checkbox"/> Não <input checked="" type="checkbox"/> | Não existem pré-requisitos para esta unidade curricular | Trimestral: 1º <input type="checkbox"/> 2º <input type="checkbox"/> 3º <input type="checkbox"/> |

Docente(s) Responsável(eis) pela U.C.

| | | |
|------------------------|----------------------|--------------------|
| Carlos Oliveira Santos | | |
| Professor Auxiliar | Email: cos@fa.utl.pt | URL: www.fa.utl.pt |
| Categoria: | Email: | URL: |

Docente(s) da U.C.

| | | |
|------------------------|----------------------|--------------------|
| Carlos Oliveira Santos | | |
| Professor Auxiliar | Email: cos@fa.utl.pt | URL: www.fa.utl.pt |
| Categoria: | Email: | URL: |
| Categoria: | Email: | URL: |
| Categoria: | Email: | URL: |

Horas de Contacto:

| Teóricas: | Práticas: | Teórico-Práticas: | Laboratoriais: | Seminários: | Tutoriais: | Outras: | Total Horas de Contacto: |
|-----------|-----------|-------------------|----------------|-------------|------------|---------|--------------------------|
| 0,0 H | 0,0 H | 21 H | 0,0 H | 0,0 H | 0,0 H | 0,0 H | 21,0 Horas |

Estimativa de Horas Totais de Trabalho:

| | |
|---|---------------------------------------|
| Inclui o total de horas de contacto mais as horas extra dedicadas à unidade curricular. | Horas Totais de Trabalho: 140,0 Horas |
|---|---------------------------------------|

Objectivos (tópicos) limite 900 caracteres

Desenvolvimento de conhecimento e de competências, com partilha de investigação no campo de novas abordagens da articulação do design com a inovação, a gestão e o marketing, com base numa concepção social do design.

Conteúdos Programáticos / Programa limite 1500 caracteres

- I – NOVAS DIMENSÕES DO DESIGN
 - 1. Do consumo à sociedade, do cliente à co-criação.
 - 2. Novos papéis e processos do design.
- II - DESIGN E MARKETING: NOVAS TENDÊNCIAS
 - 1. Mercados, marketing e dimensão design.
 - 2. Novas abordagens, conceitos e protagonistas.
 - 3. Novas áreas do marketing.
 - 4. Perspectivas e processos de design branding.
- III - DESIGN, CO-CRIAÇÃO E COMPORTAMENTOS SOCIAIS
 - 1. Métodos e processos de co-criação de design.
 - 2. Design e mudança social.
 - 3. Modelos de mudança de comportamentos sociais.
 - 4. Abordagens do marketing social.
- IV - INOVAÇÃO E DESIGN
 - 1. Conceitos e processos de open innovation.
 - 2. Experiências com plataformas, seekers e solvers.
 - 3. Modelos de gestão da inovação e design - o sistema SGIDL.
- V - GESTÃO DE DESIGN
 - 1. Novos Conceitos de Gestão de Design.
 - 2. Design thinking e design strategy.
 - 3. Aspectos de Gestão de Design global.



Competências a adquirir pelo discente (tópicos) limite 3000 caracteres

Capacidade de analisar e processar o design no âmbito da gestão, do marketing e da inovação

Bibliografia Principal limite 3000 caracteres

- Chesbrough, Henry (2003). Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology (Boston, MA: Harvard Business School Press).
- Mozota, Brigitte Borja de (2003). Design Management (New York, NY: Allworth Press).
- Sanders, Elizabeth (2006). «Design Serving People» (Cumulus Working Papers, 15/05, pp. 28-33).

Bibliografia Complementar limite 3000 caracteres

- Dionísio, Pedro, Joaquim Vicente Rodrigues, Luiz Moutinho e Hélia Gonçalves Pereira (2012). Marketing Trends: Antecipar o Futuro Para Inspirar o Presente (Lisboa: Bnomics).
- Frascara, Jorge (ed.) (2006). Design for Effective Communications: Creating Contexts for Clarity and Meaning (New York: Allworth Press).
- Rampino, Lucia (ed.) (2012). Design Reserach: Between Scientific Method and Project Praxis (Milano: Franco Angeli).
- Santos, Carlos Oliveira Santos et al (2011). Melhorar a Vida: Um Guia de Marketing Social (Lisboa: Fundação CEBI).

Avaliação (elementos e critérios) limite 900 caracteres

Recensão Escrita Da Obra De Elizabeth Sanders

Data de actualização

Última actualização em: terça-feira, 30 de Julho de 2013



| | | |
|---|--|--|
| Code: 201340000 | Management and Marketing in Design | Curricular Unit Type Compulsory |
| Academic Year 2013-2014 | Degree: PhD in Design | Cycle of Studies: 1º <input type="checkbox"/> 2º <input type="checkbox"/> 3º <input checked="" type="checkbox"/> |
| Unit Credits: 5.0 ECTS | Lecture Language <input checked="" type="checkbox"/> Portuguese <input checked="" type="checkbox"/> English <input type="checkbox"/> Specify Other language | Curricular Year: 1º <input checked="" type="checkbox"/> 2º <input type="checkbox"/> 3º <input type="checkbox"/> 4º <input type="checkbox"/> 5º <input type="checkbox"/> |
| Scientific Area: <input type="checkbox"/> Archit. <input type="checkbox"/> Urban. Pl. <input checked="" type="checkbox"/> Design <input type="checkbox"/> DCV <input checked="" type="checkbox"/> CST <input type="checkbox"/> TAUD <input type="checkbox"/> HTAUD | | Annual: <input type="checkbox"/> Semester: 1º <input type="checkbox"/> 2º <input checked="" type="checkbox"/> |
| Prerequisites: Yes <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/> | There are no prerequisites for this curricular unit | Trimester: 1º <input type="checkbox"/> 2º <input type="checkbox"/> 3º <input type="checkbox"/> |

Responsible Professor(s)

| | | |
|------------------------|----------------------|--------------------|
| Carlos Oliveira Santos | | |
| Assistant Professor | Email: cos@fa.utl.pt | URL: www.fa.utl.pt |
| Rank: | Email: | URL: |

Lecture(s)

| | | |
|------------------------|----------------------|--------------------|
| Carlos Oliveira Santos | | |
| Assistant Professor | Email: cos@fa.utl.pt | URL: www.fa.utl.pt |
| Rank: | Email: | URL: |
| Rank: | Email: | URL: |
| Rank: | Email: | URL: |

Contact Hours:

| Lectures: | Practical: | Lectures-Practical: | Laboratory: | Seminary: | Tutorials: | Others: | Total Contact Hours: |
|-----------|------------|---------------------|-------------|-----------|------------|---------|----------------------|
| 0.0 H | 0.0 H | 21 H | 0.0 H | 0.0H | 0.0 H | 0.0 H | 21.0 Hours |

Estimated Workload

Includes the total contact hours plus overtime devoted to the course unit

Total Workload: 140.0 Hours

Goals (topics) limit 900 characters

| |
|--|
| Development of knowledge and skills in the field that connects design with innovation, management and marketing, based in a social concept of design |
|--|

Programmatic contents / Programme limit 1500 characters

| |
|--|
| <p>I - NEW DIMENSIONS OF DESIGN</p> <ol style="list-style-type: none"> From consumption to society, from clients to co-creation New roles and processes of design. <p>II - DESIGN AND MARKETING: NEW TRENDS</p> <ol style="list-style-type: none"> Markets, marketing and design dimension. New approaches, concepts and references. New fields in marketing. Visions and processes in design branding. <p>III - DESIGN, COCREATION AND SOCIAL BEHAVIORS</p> <ol style="list-style-type: none"> Methodologies and processing in design cocreation. Design and social behavior. Models of social behavior change. The social marketing approach. <p>IV - INNOVATION AND DESIGN</p> <ol style="list-style-type: none"> Conception and implementation of open innovation. Experiences with platforms, seekers and solvers. Models of innovation management and design - the SGDI system. <p>V - DESIGN MANAGEMENT</p> <ol style="list-style-type: none"> New concepts of design management. Design thinking and design strategy. Dimensions of global design management |
|--|

Competencies to be acquired by students (topics) limit 3000 characters



Concepts and skills to analyse and implement design processes in the fields of management, marketing and innovation

Main Bibliography limit 3000 characters

- Chesbrough, Henry (2003). Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology (Boston, MA: Harvard Business School Press).
- Mozota, Brigitte Borja de (2003). Design Management (New York, NY: Allworth Press).
- Sanders, Elizabeth (2006). «Design Serving People» (Cumulus Working Papers, 15/05, pp. 28-33).

Additional Bibliography limit 3000 characters

- Dionísio, Pedro, Joaquim Vicente Rodrigues, Luiz Moutinho e Hélia Gonçalves Pereira (2012). Marketing Trends: Antecipar o Futuro Para Inspirar o Presente (Lisboa: Bnomics).
- Frascara, Jorge (ed.) (2006). Design for Effective Communications: Creating Contexts for Clarity and Meaning (New York: Allworth Press).
- Rampino, Lucia (ed.) (2012). Design Reserach: Between Scientific Method and Project Praxis (Milano: Franco Angeli).
- Santos, Carlos Oliveira Santos et al (2010). Melhorar a Vida: Um Guia de Marketing Social (Lisboa: Fundação CEBI).

Assessment limit 900 characters

A written review of Elizabeth Sanders's work

Last updated

Last updated on: Tuesday, 30 July 2013