



## Plano de Ensino para o Ano Letivo de 2020

IDENTIFICAÇÃO		
Disciplina: Design do Negócio		Código da Disciplina: DSG913
Course: Business Design		
Materia: Diseño de Negocio		
Periodicidade: Semestral	Carga horária total: 40	Carga horária semanal: 02 - 00 - 00
Curso/Habilitação/Ênfase: Design Design	Série: 4 4	Período: Noturno Matutino
Professor Responsável: José Carlos Carreira	Titulação - Graduação Tecnólogo em Mecânica	Pós-Graduação Doutor
Professores: José Carlos Carreira	Titulação - Graduação Tecnólogo em Mecânica	Pós-Graduação Doutor
OBJETIVOS - Conhecimentos, Habilidades, e Atitudes		
<p>O objetivo desta disciplina é capacitar o aluno para desenvolver um entendimento do design como um diferencial nas estratégias e negócios empresariais. Design além do objetos para o projeto de estratégias empresariais, novos negócios, start-ups, processos, experiências e novos significados voltados para o ser humano, seus problemas, necessidades e desejos, sempre objetivando um processo contínuo de inovação.</p> <p>Habilidades. Pensamento inovador. A inovação é hoje principal ferramenta para a diferenciação de uma empresa frente à sua concorrência e o aluno, ao entender o design como negócio, estará apto a contribuir com estratégias inovadoras frente às demandas competitivas e sociais.</p> <p>Como atitudes o aluno será motivado aos novos conceitos de negócios e ao pensamento futuro nas novas economias, bem como as influências da tecnologia, como Indústria 4.0, Inteligência Artificial e Internet das coisas.</p>		
EMENTA		
<p>Revisão dos conceitos de marketing sobre troca de valores, desejos e necessidade dos usuários. Análise da sociedade contemporânea: novas economias, tecnologias, indústria 4.0, problemas complexos. Análise de tendências: definição em grupo de problemas de uma determinada tendência. Pensamento do design: conceito e metodologias. Aplicação do pensamento do design (design thinking) visando negócios e estratégias voltados para o projeto. Definição do problemas do negócio. Análise de Tendência. Definição do problema seguindo metodologia double diamond. Desenvolvimento da metodologia double diamond dentro do design thinking. Prototipação da solução de negócio. Definição da proposta de valor para o usuário final. Conceito e aplicação do Canvas - Business Model Generation. Elaboração do Modelo de Negócio.</p>		



## SYLLABUS

Review of marketing concepts about the exchange of values, desires and users' needs. Analysis of contemporary society: new economies, technologies, industry 4.0, complex problems. Trend analysis: group definition of problems of a given trend. Design thinking: concept and methodologies. Application of design thinking for business and project-oriented strategies. Definition of business problems. Trend Analysis. Definition of the problem following double diamond methodology. Development of double diamond methodology within design thinking. Prototyping the business solution. Definition of the value proposition for the end user. Concept and application of Canvas - Business Model Generation. Elaboration of the Business Model.

## TEMARIO

Revisión de los conceptos de marketing sobre cambio de valores, deseos y necesidad de los usuarios. Análisis de la sociedad contemporánea: nuevas economías, tecnologías, industria 4.0, problemas complejos. Análisis de tendencias: definición en grupo de problemas de una determinada tendencia. Pensamiento del diseño: concepto y metodologías. Aplicación del pensamiento del diseño (diseño thinking) visando negocios y estrategias dirigidos al proyecto. Definición de los problemas del negocio. Análisis de Tendencia. Definición del problema siguiendo metodología double diamond. Desarrollo de la metodología double diamond dentro del diseño thinking. Prototipación de la solución de negocio. Definición de la propuesta de valor para el usuario final. Concepto y aplicación de Canvas - Business Model Generation. Elaboración del Modelo de Negocio.

## ESTRATÉGIAS ATIVAS PARA APRENDIZAGEM - EAA

Aulas de Teoria - Sim

## LISTA DE ESTRATÉGIAS ATIVAS PARA APRENDIZAGEM

- Sala de aula invertida
- Design Thinking
- Project Based Learning

## METODOLOGIA DIDÁTICA

Aulas expositivas e colaborativas, tendo a integração entre docente e discente como principal ferramenta para a fixação dos conceitos apresentados. Leituras pré e pós aula como sala de aula invertida. Aulas orientadas para aprendizado baseado em problemas e projetos, Integração das metodologias de Design Thinking com o Planejamento de Pesquisa. Trabalhos práticos e orientações durante as aulas.



### CONHECIMENTOS PRÉVIOS NECESSÁRIOS PARA O ACOMPANHAMENTO DA DISCIPLINA

O aluno deve ter entendimento dos conceitos de design, dos conceitos de marketing no tocante as necessidades e desejos dos usuários, bem, metodologias de pesquisa.

### CONTRIBUIÇÃO DA DISCIPLINA

A disciplina é dividida em três blocos: conceitos; ferramentas e projeto, neste sentido ela contribui para desenvolver no aluno o pensamento do design para além da projetação de produtos, entregando, tanto para empresas como para iniciativas empreendedoras, formas e metodologias para soluções de problemas estratégicos com criatividade e inovação, além do desenvolvimento de novos negócios.

### BIBLIOGRAFIA

#### Bibliografia Básica:

BROWN, Tim; KATZ, Barry. Change by design: how design thinking transforms organizations and inspires innovation. New York: Haper Business, c2009. 264 p. ISBN 9780061766084.

BRUNNER, Robert; EMERY, Stewart. Gestão estratégica do design: como um ótimo design fará as pessoas amarem sua empresa 2010. [Do you matter? How great design will make people love your company]. São Paulo, SP: M. Books do Brasil Editora Ltda, 2010. 208 p. ISBN 9788576800842.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. New Jersey: Willey, c2010. 280 p. ISBN 9780470876411.

#### Bibliografia Complementar:

FINOCCHIO JUNIOR, José. Project model Canvas: gerenciamento de projetos sem burocracia. Rio de Janeiro: Elsevier, c2013. 229 p. ISBN 9788535274561.

KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. A estratégia do oceano azul: como criar novos mercados e tornar a concorrência irrelevante. Trad. de Afonso Celso da Cunha Serra; rev. téc. Consultores Symnetics. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2005. 241 p. ISBN 9788535215243.

MOZOTA, Brigitte Borja de; KLOPSCH, Cássia; COSTA, Filipe Campelo Xavier da. Gestão do design: usando o design para construir valor de marca e inovação corporativa. Trad. Lene Belon Ribeiro, rev. téc. Gustavo Severo de Borba. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011. 343 p. ISBN 9788577807826.

VERGANTI, Roberto. Design-driven innovation: changing the rules of competition by radically innovating what things mean. Boston: Harvard Business, c2009. 272 p. ISBN 9781422124826.



VIANNA, Maurício et al. Design thinking: inovação em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro, RJ: MJV Press, 2013. 161 p. ISBN 9788565424004.

#### **AVALIAÇÃO (conforme Resolução RN CEPE 16/2014)**

Disciplina semestral, com trabalhos.

Pesos dos trabalhos:

$k_1$ : 1,0    $k_2$ : 1,0    $k_3$ : 1,0    $k_4$ : 1,0

#### **INFORMAÇÕES SOBRE PROVAS E TRABALHOS**

A Avaliação será realizada por meio de quatro trabalhos em grupos de alunos, que são quatro partes de um projeto de um novo negócio. Ou seja, cada um dos quatro trabalhos integram um plano de negócio a ser concluído no final do semestre.

Serão avaliados o conteúdo do trabalho e a apresentação do grupo, sendo que todos os componentes do grupo devem expor uma parte. A sala de aula também avalia os trabalhos dos colegas. Sendo que 80% da nota será dada pelo Professor e 20% pela avaliação da sala.



OUTRAS INFORMAÇÕES



## SOFTWARES NECESSÁRIOS PARA A DISCIPLINA

VLC

Pacote Office

Google forms



## APROVAÇÕES

Prof.(a) José Carlos Carreira  
Responsável pela Disciplina

Prof.(a) Claudia Alquezar Facca  
Coordenador(a) do Curso de Design

Data de Aprovação:



PROGRAMA DA DISCIPLINA		
Nº da semana	Conteúdo	EAA
22 T	Introdução à disciplina, plano de ensino, revisão dos conceitos demarketing sobre troca de valores, desejos e necessidade dos usuários	0
23 T	Análise da sociedade contemporânea: novas economias, tecnologias, indústria 4.0, problemas complexos. Aprendizagem baseada em Projetos	1% a 10%
24 T	Análise de Mercado: Modelo PESTLA, Mapeamento do Ecossistema - Aprendizagem baseada em Projetos	1% a 10%
25 T	Pensamento do design aplicado a negócios : conceito e metodologias	0
26 T	Aplicação do Pensamento do design na modelagem de negócios	0
27 T	Apresentação T1: Problematização	0
28 T	Design da Proposta de Valor: Conceito - Aprendizagem baseada em Projetos	1% a 10%
29 T	Design da Proposta de Valor: Usuário - Atividades, Dores e Ganhos - Aprendizagem baseada em Projetos	11% a 40%
30 T	Apresentação T2: Proposta de Valor do Usuário	0
31 T	Devolutiva T2:	0
32 T	Design da Proposta de Valor: oferta, analgésicos e potencializadores de ganhosAprendizagem baseada em Projetos	11% a 40%
33 T	Design da Proposta de Valor: Priorização e Encaixe. - Aprendizagem baseada em Projetos	11% a 40%
34 T	Business Model Canvas - Metodologia - Sala Invertida	1% a 10%
35 T	Business Model Canvas - Lado direito -Apresentação T3	0
36 T	Business Model Canvas - Lado esquerdo	0
37 T	Business Model Canvas - conclusão e orientação	0
38 T	Orientação dos grupos	0
39 T	Apresentação T4	0
40 T	Devolutiva T4 e Trabalho substitutivo	0
41 T	Encerramento Semestre	0
Legenda: T = Teoria, E = Exercício, L = Laboratório		