



Código: 201340000	Gestão, Marketing e Design	Tipo de Unidade Curricular Optativa
Ano Lectivo 2015-2016	Curso: Doutoramento em Design	Ciclo Estudos: 1º ☐ 2º ☐ 3º ☒
Créditos: 5,0 ECTS	Idioma leccionado ☒ Português ☒ Inglês ☒ Outro idioma	Ano Curricular: 1º ☒ 2º ☐ 3º ☐ 4º ☐ 5º ☐
Área Científica: ☐ Arq. ^a ☐ Urb. ^o ☒ Design ☐ DCV ☒ CST ☐ TAUD ☐ HTAUD		Anual: ☐ Semestral: 1º ☐ 2º ☒
Pré-requisitos: Sim ☐ Não ☒	Não existem pré-requisitos para esta unidade curricular	Trimestral: 1º ☐ 2º ☐ 3º ☐

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.

Categoria:	Email:	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	21,0 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 co-criativa do design.
--

Conteúdos Programáticos / Programa limite 1500 caracteres

I – NOVAS DIMENSÕES DO DESIGN - Do consumo à sociedade, do cliente à co-criação. - Novos papéis e processos do design. II - DESIGN E MARKETING: NOVAS TENDÊNCIAS - Mercados, marketing e dimensão design. - Novas abordagens, conceitos e processos. - Novas áreas do marketing. - Perspectivas e processos de design branding. III - DESIGN, CO-CRIAÇÃO E COMPORTAMENTOS SOCIAIS - Métodos e processos de co-criação de design. - Design e mudança social. - Modelos de mudança de comportamentos sociais. - Design e marketing social. IV - INOVAÇÃO E DESIGN - Conceitos e processos de open innovation. - Experiências com plataformas, seekers e solvers. - Modelos de gestão da inovação e design - o sistema SGIDI. V - GESTÃO DE DESIGN - Novos Conceitos de Gestão de Design. - Design thinking, design strategy e design leadership. - 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 B.-N, & Stappers, Pieter Jan (2012). Convivial Toolbox, Generative Research for the Front End of Design (Amsterdam: BIS Publishers).
- Sanders, Elizabeth, all the papers included in MakeTools /Papers (<http://www.maketools.com/papers.html>)

Bibliografia Complementar limite 3000 caracteres

- Dionísio, Pedro, Joaquim Vicente Rodrigues, Luíz 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 Research: 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 (Máximo 3500 Palavras) da obra de Elizabeth Sanders

Data de actualização

Última actualização em: quinta-feira, 2 de agosto de 2017



Code: 201340000	Management, Marketing And Design	Curricular Unit Type Compulsory
Academic Year 2015-2016	Degree: PhD in Design	Cycle of Studies: 1º ☐ 2º ☐ 3º ☒
Unit Credits: 5,0 ECTS	Lecture Language ☒ Portuguese ☒ English ☐ Specify Other language	Curricular Year: 1º ☒ 2º ☐ 3º ☐ 4º ☐ 5º ☐
Scientific Area: ☐ Archit. ☐ Urban. Pl ☒ Design ☐ DCV ☒ CST ☐ TAUD ☐ HTAUD		Annual: ☐ Semester: 1º ☐ 2º ☐
Prerequisites: Yes ☐ No ☒	There are no prerequisites for this curricular unit	Trimester: 1º ☐ 2º ☐ 3º ☐

Responsible Professor(s)

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

Lecture(s)

Rank:	Email:	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	21,0 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

I - NEW DIMENSIONS OF DESIGN - From consumption to society, from clients to co-creation - New roles and processes of design. II - DESIGN AND MARKETING: NEW TRENDS - Markets, marketing and design dimension. - New approaches, concepts and processes. - New fields in marketing. - Visions and processes in design branding. III - DESIGN, COCREATION AND SOCIAL BEHAVIORS - Methodologies and processing in design cocreation. - Design and social behavior. - Models of social behavior change. - The social marketing approach. IV - INNOVATION AND DESIGN - Conception and implementation of open innovation. - Experiences with platforms, seekers and solvers. - Models of innovation management and design - the SGIDI system. V - DESIGN MANAGEMENT - New concepts of design management. - Design thinking, design strategy and design leadership. - 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 B.-N, & Stappers, Pieter Jan (2012). Convivial Toolbox, Generative Research for the Front End of Design (Amsterdam: BIS Publishers).
- Sanders, Elizabeth, all the papers included in MakeTools /Papers (<http://www.maketools.com/papers.html>)

Additional Bibliography limit 3000 characters

- Dionísio, Pedro, Joaquim Vicente Rodrigues, Luíz 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 Research: 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).

Assessment limit 900 characters

A written review of Elizabeth Sanders's work

Last updated

Last updated on: Wednesday, 2 August 2017