



FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

201321026 - DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS

Tipo

Obrigatória

Ano lectivo 2019/20	Curso Mestrado Design Moda	Ciclo de estudos 1º	Créditos 3.50 ECTS
Idiomas Português ,Inglês	Periodicidade semestral	Pré requisitos	Ano Curricular / Semestre 1º / 1º

Área Disciplinar

Ciências Sociais e do Território

Horas de contacto (semanais)

Teóricas	Práticas	Teórico práticas	Laboratoriais	Seminários	Tutoriais	Outras	Total
0.00	0.00	3.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00

Total Horas da UC (Semestrais)

Total Horas de Contacto 42.00	Horas totais de Trabalho 98.00
---	--

Docente responsável (nome / carga lectiva semanal)

Ana Cristina Bolota Valério do Couto

Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

Ana Cristina Bolota Valério do Couto 3.00 horas

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

- _Compreender a inovação e a relevância do design neste contexto.
- _Compreender e interiorizar a dimensão estratégica do design na inovação e no desenvolvimento de novos produtos.
- _Desenvolver a capacidade de criação de valor a partir dos projectos de design, e a

capacidade de empreendedorismo.

_ Desenvolver a apetência pela experimentação e a aprendizagem a partir do erro

_ Aprender e aplicar metodologias e ferramentas para o desenvolvimento de novos produtos.

_ Desenvolver algumas das soft skills fundamentais nos projetos de inovação e de *open innovation*, nomeadamente capacidade de colaboração e de liderança

Conteúdos Programáticos / Programa

_ O papel estratégico do design na inovação. Casos de estudo

_ O conceito de novos produtos

_ Ferramentas de apoio ao desenvolvimento de novos produtos

_ Inovação: o contexto. Os ecossistemas de inovação e plataformas de *open innovation*

_ Da ideia ao negócio- o desenvolvimento de um novo produto e da ideia de negócio associada.

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular

Os conteúdos programáticos integram a apresentação de teorias, autores e casos de estudo e a utilização em aula de metodologias aplicadas no desenvolvimento de novos produtos e inovação.

Os casos de estudo permitem apreender metodologias, ferramentas e o pensamento subjacente à dimensão estratégica do design e inovação.

A participação num projeto de *open innovation* permite vivenciar a aplicação de metodologias de design a um projeto que envolve milhares de pessoas do mundo inteiro, e a criação de um novo produto viabiliza aplicação prática do carácter multidisciplinar do design de moda a um produto ou serviço.

A dimensão comportamental é trabalhada nos projectos que desenvolvem essencialmente no programa de *open innovation*, nas sessões de construção de painéis de ideias no projecto de desenvolvimento de um produto ou serviço.

A implementação de workshops de aceleração das ideias e de definição de produto, são prática desta disciplina. Paralelamente são ainda convidados casos de referência no empreendedorismo de moda, para aconselharem os alunos relativamente aos seus projetos.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A avaliação é contínua. Os critérios de avaliação integram a: compreensão dos desafios colocados, gestão e desenvolvimento do processo, eficácia e criatividade das respostas, capacidade de cooperação, participação e empenho. O trabalho de desenvolvimento de um produto ou serviço tem uma ponderação de 75% , 10% correspondem aos casos de

estudo apresentados e 15% avaliam a participação na construção dos painéis de sistematização de ideias e articulação de linguagens.

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular

Desenvolver competências: conceptuais, culturais, sociais, tecnológicas, processuais e organizacionais, através do exercício proposto - a criação de um novo produto, num trabalho desenvolvido em grupo, utilizando várias ferramentas de melhoramento da pesquisa, e dinâmicas para aceleração da concretização.

Reforço do papel do designer enquanto “problem solver”, e enquanto agente activo na transformação social, pela proposta desenvolvida e prototipada do novo produto.

Desenvolver soft skills dos alunos exigindo um comportamento favorável à cooperação, interdependência e a co criação, subjacente ao exercício de desenvolvimento de um novo produto em equipa.

A pesquisa e o contexto para o desenvolvimento de novos produtos exige articulação de visões que reforçam a multidisciplinaridade como a ligação entre moda e saúde, envelhecimento, mobilidade, bem estar, problemas sociais, ou tecnologia..

Utilização de várias técnicas- brainstorming, matriz de atributos, etc para incentivar novos formatos do processo criativo

Bibliografia Principal

Yelavich, Susan and Adams, Barbara, 2014, Design as Future Making, Blomsbury Academic
Erling Bjögvinsson, Pelle Ehn, Per-Anders Hillgren, 2012, Design Things and Design Thinking: Contemporary Participatory Design Challenges, 2012 Massachusetts Institute of Technology, Design Issues

Francois Jegou, Roberto Verganti, Alessio Marchesi, Giuliano Simonelli, Claudi0 Dell'Era Design Driven Toolbox A Handbook To Support Companies In Radical Product Innovation

Toledo, Isabel, 2012, Roots of Style: Weaving Together Life, Love, and Fashion,” Celebra.

Dropbox da disciplina

101
© 2012 Massachusetts Institute of Technology
Design
Issues:
Volume 28, Number 3 Summer 2012

**Design Things and Design Thinking:
Contemporary Participatory
Design Challenges**

Erling Bjögvinsson, Pelle Ehn,
Per-Anders Hillgren

101
© 2012 Massachusetts Institute of Technology
Design
Issues:
Volume 28, Number 3 Summer 2012

**Design Things and Design Thinking:
Contemporary Participatory**

Design Challenges

Erling Bjögvinsson, Pelle Ehn,
Per-Anders Hillgren

101

© 2012 Massachusetts Institute of Technology

Design

Issues:

Volume 28, Number 3 Summer 2012

Design Things and Design Thinking: Contemporary Participatory Design Challenges

Erling Bjögvinsson, Pelle Ehn,
Per-Anders Hillgren

Bibliografia Complementar



CURRICULAR UNIT FORM

Curricular Unit Name

201321026 - Development of New Products

Type

Obrigatória

Academic year

2019/20

Degree

Mestrado Design Moda

Cycle of studies

1º

Year of study/ Semester

3.50 ECTS

Lecture language

Português ,Inglês

Periodicity

semestral

Prerequisites

Unit credits

1º / 1º

Scientific area

Ciências Sociais e do Território

Contact hours (weekly)

Tehoretical	Practical	Theoretical-practicals	Laboratory	Seminars	Tutorial	Other	Total
0.00	0.00	3.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.00

Total CU hours (semestrial)

Total Contact Hours

42.00

Total workload

98.00

Responsible teacher (name /weekly teaching load)

Ana Cristina Bolota Valério do Couto

Other teaching staff (name /weekly teaching load)

Ana Cristina Bolota Valério do Couto 3.00 horas

Learning objectives (knowledge, skills and competences to be developed by students)

- _ Understand the innovation and the relation between design and innovation.
- _ Understand design as a strategic asset.
- _ Identify the drivers of design value

- _ Learning from error
- _ Methodologies and tools applied in new products development.
- _ Soft skills relevant in innovation and open innovation

Syllabus

- _ The concept of new products
- _ New Product Development Support Tools
- _ Innovation: the context. Innovation ecosystems and open innovation platforms
- _ ??Developing a new product - from idea up to business plan

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

The syllabus includes the presentation of theories, authors and case studies. Case studies allow us to grasp methodologies, tools and the thinking underlying the innovation. Participation in an open innovation project allows the understanding of methodologies that enhance the development of new products. Learning by doing workshops to develop a new product,

Teaching methodologies (including evaluation)

Evaluation criteria
 The understanding of the problem ,
 The management of the process
 Creativity of responses,
 Capability to cooperate, and commitment.

Demonstration of the coherence between the Teaching methodologies and the learning outcomes

Learning is centered on "thinking and doing" contextualized in cultural issues and on the impact of the choices made,.
 Reinforcement of "thinker and doer" skills through the application of different tools
 Reinforcement of the role of the designer as a "problem solver", and as an active agent in social transformation.

Main Bibliography

Yelavich, Susan and Adams, Barbara, 2014, Design as Future Making, Bloomsbury Academic
Erling Bjögvinnsson, Pelle Ehn, Per-
Anders Hillgren, 2012, Design Things and Design Thinking: Contemporary Participatory Design
Challenges, 2012 Massachusetts Institute of Technology, Design Issues

Francois Jegou, Roberto Verganti, Alessio Marchesi, Giuliano Simonelli, Claudio Dell'Era Design
Driven Toolbox A Handbook To Support Companies In Radical Product Innovation
NPdropbox

Additional Bibliography