

## EMENTA

### SD 741 – Inovação e Design Estratégico

**Nível:** Mestrado/Doutorado

**Obrigatória:** Não

**Área(s) de Concentração:** Design Gráfico e de Produto

**Carga Horária:** 45

**Créditos:** 3

**Ementa:** A inovação abordada através do planejamento estratégico do design. Inovação e competitividade. Design Estratégico e Gestão do Design. Inovação e gestão do conhecimento gerado no processo de design. Estratégias de inovação. Inovação incremental e inovação disruptiva. Planejamento para a inovação. O papel da Gestão do Design no processo de inovação. Interfaces do design com outras áreas do conhecimento.

**Objetivo:** desenvolvimento de competências em design estratégico orientado a processos de inovação.

**Estratégia Didático-Pedagógica:** a metodologia aplicada na disciplina se apoiará em discussões de textos, estruturação de roteiros de entrevista e discussão de casos em seminários. A avaliação discente se dará através de produção de texto científico em forma de artigo, elaborado em equipe, desenvolvendo teoricamente a temática relacionada ao projeto de pesquisa em andamento, apoiado na literatura e conteúdo teórico da disciplina. Nele, serão considerados os aspectos da redação científica e do pensamento crítico. Serão considerados ainda na avaliação individual: a participação nos seminários de discussão de textos e apresentação dos textos atribuídos à cada equipe.

#### **Bibliografia Básica:**

BROWN, T. Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. Harper Collins: New York. 2009.

CHRISTENSEN, C. e RAYNOR, M. O crescimento pela inovação: Como crescer de forma sustentada e reinventar o sucesso. Campus: Rio de Janeiro. 2003.

FERIGOTTI, C. & KISTMANN, V. Design, competências e inovação como vantagens competitivas. In: Anais do 1º Congresso em Humanidades. UFPR: Curitiba, 2000.

HAMEL G. e PRAHALAD, C.K. Strategy as stretch and leverage (mar/abr). Harvard Business Review: Boston. 1993.

JORNA, R.J. (ed) Sustainable innovation: the organisational, human and knowledge dimension. Greenleaf Publishing: Sheffield. 2006.

KELLY, T e LITTMAN, J. A Arte da Inovação. Editora Futura: São Paulo. 2001.

Le MANSSON, P., WEIL, B. e HATCHUEL, A. Strategic Management of Innovation and Design. Cambridge University Press: Cambridge. 2010.

LOCKWOOD, T. (Ed). Building design strategy: using design to achieve key business objectives. Allworth Press: NewYork. 2008. Página 14/68 - 29/07/2011 18:00:54.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
Setor de Artes, Comunicação e Design  
Programa de Pós-Graduação em Design

LORENZ, Christopher. The design dimension: the new competitive weapon for product strategy and global marketing. Blackwell: Oxford. 1992.

MARTIN, R. The design of business: Why design thinking is the next competitive advantage. Havard Business Press: Boston. 2009.

PRAHALAD, D.; SAWHNEY, R. Predictable Magic: Unleash the Power of Design Strategy to Transform Your Business. Wharton School Publishing: Philadelphia. 2010.

PRESS, M. e COOPER, R. The design experience: the role of design and designers in the twenty-first century. Ashgate Publishing: London. 2003.

REINMOELLER, Patrick. Dynamic contexts for innovation strategy: Utilizing customer knowledge. Design Management Journal, Academic Review, Boston, vol. 2, p 37-50. 2002.

SAFFER, D. Designing for interaction: creating innovative applications and devices. New Riders, 2009.

VERGANTI, Roberto. Design-driven innovation: Changing the rules of competition by radically innovating with things mean. Harvard Business Press: Boston Ma. 2009.