

# GESTÃO DO DESIGN

## DESIGN MANAGEMENT

<b>Área científica</b> Scientific domain	Design de Comunicação Communication Design
<b>Anos letivos</b> Academic years	2021–2023
<b>Grau de ensino</b> Degree	Licenciatura Bachelor of Arts
<b>Duração</b> Duration	Semestral Semestral
<b>Horas de contacto</b> Student workload	(T 42 + OT 21 horas) (T 42 + OT 21 hours)
<b>ECTS</b>	(6 ECTS)
<b>Nível</b> Level	II*

\*Esta unidade curricular é de **NÍVEL II**. Deverá ser frequentada preferencialmente a meio do percurso académico por se tratar de uma disciplina com grau de complexidade e exigência médios.

\*This is a **LEVEL II** unit. It should preferably be attended in the half way through one's academic course as it is a subject with a mid-range degree of complexity and requirement.

## PROGRAMA CURRICULAR COURSE UNIT CONTENT

### **1 — Objetivos de Aprendizagem**

#### Intended learning outcomes

A unidade curricular de Gestão do Design tem como objetivo central dotar os estudantes dos princípios, métodos e técnicas básicas de gestão, em especial aquelas dedicadas ao design e às atividades projetuais. Pretende também a preparação dos alunos para a integração profissional no mercado de trabalho, proporcionando uma visão macro dos contextos culturais, sociais e económicos nacionais e internacionais, ao mesmo tempo que presta uma atenção específica aos elementos que condicionam a atividade de forma direta e constituem a sua envolvente próxima.

São seus objetivos específicos:

- Compreender o Mercado, os seus principais agentes e ciclos;
- Conhecer as relações de interdependências entre agentes.
- Dominar genericamente os princípios da gestão, os seus métodos e técnicas;
- Conhecer os principais modelos de gestão aplicados ao design;
- Compreender o conceito de Análise do Valor, os seus métodos e ferramentas;
- Compreender os principais regimes de enquadramento legal da atividade;
- Saber determinar custos e produzir orçamentos;
- Distinguir Propriedade Industrial e Direito de Autor;
- Conhecer o código deontológico e a ética profissional;
- Saber apresentar um portfólio, redigir CV e carta de apresentação.

The Design Management course aims to provide students with the basic principles, methods and techniques of management, especially those related to design and to project-based activities. It also intends to prepare students for professional integration in the marketplace, by providing a macro view of cultural, social and economic contexts, both national and international, as well as paying particular attention to the factors that directly impact design practice and take part on its close environment.

Its specific intended learning outcomes are:

- Understanding the marketplace, its major forces and cycles;
- Understanding the relationship between stakeholders.
- Master the general principles, methods and techniques in management theory and practice;
- Knowing the main management and business models applied to design practice;
- Understanding the concept of Value Analysis, its methods and tools.
- Knowing the profession's framework;
- Estimate costs and outline a project budget;
- Intellectual property: industrial property and copyright;
- Deontological and ethical code;
- Portfolio, CV and Cover-Letter.

### **2 — Conteúdos Programáticos**

#### Syllabus

O programa integra um conjunto de seminários temáticos que partem de tópicos abrangentes e de enquadramento para cada vez mais se especializarem em torno de matérias específicas. São assunto de lecionação e debate a compreensão dos ciclos económicos e do mercado, os seus principais agentes, a sua evolução e tendências; são também explanados os principais modelos de

gestão e a sua aplicação ao design, em particular no que respeita especificamente à orçamentação de projetos; são ainda focadas as questões ligadas à ética e deontologia profissional, à propriedade intelectual, à gestão de portfólio e ‘curriculum vitae’.

#### I. Mundo e Mercado (enquadramento)

- Principais tendências sociais, culturais, económicas e políticas: Mundo e Portugal;
- A prática do design e os macro e micro meios envolventes.

#### II. Gestão do Design

- Conceitos, definições e modelos;
- O Design na Organização/Empresa;
- Funções do design;
- Políticas, objetivos e parâmetros;
- Coordenação e gestão de Projetos.
- Design estratégico e ‘Design Thinking’;
- Análise do Valor: princípios e fundamentos, fases e métodos, ferramentas.

#### III. Inserção profissional

- Profissão liberal/trabalho por conta de outrem;
- Sectores económicos;
- Enquadramento legal e fiscalidade;
- Propriedade intelectual: direito de autor e propriedade Industrial;
- Orçamentação: Métodos comparativo, de custos, do rendimento esperado;
- Cálculo de custos;
- Ética e deontologia profissional;
- Portfólio, currículo ‘vitae’ e carta de apresentação.

The syllabus combines a series of thematic seminars that go from focusing on comprehensive context topics to increasingly specialize around specific subjects. Talks and debates will comprise the understanding of economic and market cycles, their main agents, their evolution and trends; they will also address fundamental management models and their application to design, especially regarding project budgeting, as well as focusing on issues related to professional ethics and deontology, intellectual property, portfolio management and ‘curriculum vitae’.

#### I. The World and the Marketplace (a framework)

- Main tendencies: social, cultural, economic and political: the world and Portugal;
- Design practice and the macro and micro economic environments.

#### II. Design Management

- Concept, definition and models;
- Design in an organizational/business context;
- Design functions;
- Design policies, goals and standards;
- Coordination and project management.
- Strategic Design and Design Thinking;
- Value Analysis: principles and foundations, method and phases, tools.

#### III. Professional integration

- Freelance work and employment;
- Economic sectors;
- Legal framework and taxation;
- Intellectual property: copyright and industrial property;
- Budgeting methods: comparative, cost-based, expected return;
- Cost estimation;

- Design ethics and professional code of conduct;
- Portfolio, CV and cover-letter.

### **3 — Metodologias de Ensino e Avaliação**

#### **Teaching and Evaluation Methodologies**

A metodologia pedagógica promove a interatividade, sendo preocupação dominante a contínua participação dos alunos, quer de forma individual quer no trabalho em equipa, na procura e construção do saber. Os métodos pedagógicos farão recurso a: exposição oral do docente e convidados eventuais; estudo e resolução de casos práticos; visionamento de material audiovisual, pesquisa e análise de informação real pelos estudantes.

A classificação final (0-20 valores) resulta da ponderação de:

1) Avaliação periódica (90%)

Elementos a avaliar:

- Realização de portfólio (40%) — a apresentar a meio do semestre;
- Elaboração de CV (30%) — a apresentar no final das aulas;
- Redação de carta de apresentação (20%) — a apresentar no final das aulas.

2) Avaliação final (10%).

Elemento a avaliar:

- Teste escrito.

Notas:

Dispensam de comparecência à avaliação final os alunos com classificação média igual ou superior a 10 valores obtida em avaliação periódica.

Só são admitidos à avaliação final os estudantes com classificação média igual ou superior a 8 valores obtida em avaliação periódica.

The participation of students in class discussions, both individually or in a team, is highly encouraged and interactivity is the favored approach in seeking and constructing knowledge. Teaching methods make use of: oral presentation by the teacher or selected guests; viewing of audiovisual material; examination of case-studies; solving practical cases; research and analysis of data.

The final grade (0 — 20) is obtained from the combined scores of:

1) Periodic assessment (90%)

Coursework to be graded:

- Design of portfolio (40%) — to be submitted mid-semester;
- CV (30%) — to be submitted by the end of the module;
- Cover-letter (20%) — to be submitted by the end of the module.

2) Final Assessment (10%):

Coursework to be graded:

- Written test

Remarks:

Students with an average grade of 10 (out of 20) or higher obtained from periodic evaluations are exempt from attendance at the final assessment.

Admission to final assessment requires students to average a minimum grade of 8 (out of 20) obtained in periodic assessment.

## **4 — Bibliografia Recomendada**

### **Recommended Bibliography**

- Best, K. (2010), *The Fundamentals of Design Management*, Lausanne: AVA Publishing.
- Curedale, R. A. (2013), *Design Thinking: process and methods manual*, Topanga: Design Community College.
- Gorb, P. (ed.) (1994), *Design Management: Papers from the London Business School*, London: Phaidon Press.
- Hollins, G., Hollins W. (1991), *Total Design: Managing the Design Process in the Service Sector*, London: Pitman.
- Lockwood, T. (ed.) (2009), *Design Thinking: integrating innovation, customer experience and brand value*, New York: Allworth Press.
- Lorenz, C. (1991), *A Dimensão do Design*, Lisboa, Centro Português de Design.
- Mozota, B. B. (2003), *Design Management: using design to build brand value and corporate innovation*, New York: Allworth Press.
- Oakley, M. (ed.) (1990), *Design Management: A Handbook of Issues and Methods*, Oxford, Basil Blackwell.
- Vilar, E.T.(2013) “Gestão da imagem:o design como recurso estratégico”, in Vilar, E.T.(ed.) *Design et al:dez perspectivas contemporâneas*, Lisboa: D.Quixote.