UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO ADMINISTRAÇÃO

Plano de Ensino

Universidade Federal do Espírito Santo	**Campus: Goiabeiras**
Curso: Administração	
Departamento Responsável: Administração	
Data de Aprovação (Art. nº 91):	
Docente responsável: Michel Magno de Vasconcelos	
Qualificação / link para o Currículo Lattes: http://lattes.cnpq.br/3657594882843969	
Disciplina: Tópicos Avançados II em Marketing	**Código: ADM11022**
Pré-requisito: ADM10598 Marketing II	**Carga Horária Semestral: 60h**

Créditos: 4	**Distribuição da Carga Horária Semestral**		
	Teórica	**Exercício**	**Laboratório**
	60	**10**	**30**

Ementa: O pensamento do design de negócios. Convergência e Divergência. A jornada do design de negócios. Elementos do design de negócios. Premissas do design de negócios.Aplicabilidade do design de negócios.

Objetivos Específicos(explicitar conceitos, habilidades, procedimentos e/ou competências definidos na Ementa. Os objetivos específicos irão oferecer elementos para a organização e/ou definição dos conteúdos programáticos)

1. Compreender a abordagem do Design aplicada aosnegócios
2. Refletir com casos e situaçõesde projetos reais
3. Conhecer e experimentarferramentas
4. Aplicar o conteúdo na prática
5. Refletir sobre o aprendizado

Conteúdo Programático(indicar as unidades e/ou tópicos de conteúdos organizados para colocar em prática os conceitos, habilidades e/ou competências definidos na ementa e melhor explicitados nos objetivos específicos)

1. Design de Negócios:Origem e Conceito
2. Duplo diamante e o pensamento lateral
3. A jornada do design
4. Empatia: Técnicas de investigaçãocom aspessoas
5. Colaboração: Métodos e ferramentas de Ideação eCo- criação
6. Experimentação:Prototipagem desoluções conectadas com as pessoas

Metodologia(explicitar a forma de desenvolvimento da disciplina, os recursos utilizados)

Os estudos partirão da inquirição dos conhecimentos prévios, pré-conceitos que os alunospossuem sobre os temas estudados e de problemas socioculturais, avançando nos conteúdose estratégias, desenvolvendo conceitos, procedimentos e atitudes de alcance mais universal eimportantes do ponto de vista da formação do pesquisador e da competência profissional.

Na prática, isso significa que os estudos envolvem a observação, a problematização, ahipotetização, o teste de hipóteses e a experimentação, a comparação, a busca de informaçõesem fontes variadas, a síntese e a análise dos dados coletados, a extrapolação e a generalização.

Assim, pressupõe-se, também, o envolvimento do estudante em sala nas aulas expositivas edialogadas, nas atividades em grupo e atividades extraclasse, tanto teóricas quanto práticas.

Critérios/Processo de avaliação da Aprendizagem (indicar a concepção de avaliação adotada, os instrumentos a serem utilizados, as formas de avaliar, os critérios de correção, os pesos conferidos a cada instrumento)

Avaliação

a) Diagnóstica: procurar-se-á levantar as necessidades e expectativas dos discentes nas primeiras aulas.

b) Formativa: haverá necessidade premente dos alunos na realização das tarefas.

c) Somativa: O total da nota do semestre é de 10,0 pontos (100%). Os pontos serão divididos como segue:

Avaliação 1 (TXT_1 + Apresentação 1)

Análise do texto_1 (peso 40%): atividade **individual**, contendo a seguinte questão discursiva a respeito do texto selecionado pelo professor: *Relacione o conteúdo do texto com as aulas e a realidade, e registre seu posicionamento a respeito.*A análise deverá ser

entregue impressa e em mãos, até o dia **30/08/18.NÃO SERÃO ACEITAS ENTREGAS POR E-MAIL.** A data limite para entrega é dia **04/09/18**, porém o trabalho valerá no máximo 3 pontos, conforme cronograma a seguir:

Entrega até 30/08/18: Pontuação 10

Entrega até04/09/18: Pontuação 08**(no início da aula)**

Apresentação 1 do Projeto Final (Vale 60%): atividade em grupo com até 3 participantes, para aplicação prática dos conceitos, a ser entregue nos dias**18 e 20/09,** conforme sorteio a ser realizado em sala no início de cada aula.

Avaliação 2 (TXT_2 + Apresentação 2)

Análise do texto_2 (peso 40%): atividade individual, contendo a seguinte questão discursiva a respeito do texto selecionado pelo professor: *Relacione o conteúdo do texto com as aulas e a realidade, e registre seu posicionamento a respeito.* A análise deverá ser entregue impressa e em mãos, até o dia **04/10/18.NÃO SERÃO ACEITAS ENTREGAS POR E-MAIL.** A data limite para entrega é dia **09/10/18,** porém o trabalho valerá no máximo 4 pontos, conforme cronograma a seguir:

Entrega até 04/10/18: Pontuação 10

Entrega até09/10/18: Pontuação 08**(no início da aula)**

Apresentação 2 do Projeto Final (vale 60%):continuidade da atividade em grupo, para aplicação prática dos conceitos, a ser entregue nos dias**23 e 25/10**, conforme sorteio a ser realizado em sala no início de cada aula.

Avaliação 3(Apresentação Final)

Apresentação final do Projeto Final (peso100%):continuidade da atividade em grupo, para aplicação prática dos conceitos, a ser entregue nos dias**22, 27 e 29/11/18**, conforme sorteio a ser realizado em sala no início de cada aula.

Prova Final: O aluno que não alcançar media semestral igual ou superior a 7,0 (sete), obrigatoriamente deverá fazer prova final, contendo questões objetivas e/ou discursivas, abordando todo o conteúdo da disciplina. A prova será aplicada no dia **11/12/18.**

Critérios: serão considerados os seguintes critérios no momento da correção das avaliações:a) argumentação e clareza no desenvolvimento das questões; b) compreensão e

aplicação dos conceitos; c) linguagem; d) organização.

Cálculo da Média Semestral:

N1 – Nota obtida na Avaliação 1 (texto_1 + apresentação 1 do projeto final).

N2 - Nota obtida na Avaliação 2 (texto_2 + apresentação 2 do projeto final).

N3 – Nota obtida na Avaliação 3 (apresentação final do projeto final)

A média semestral (MS) será composta pela nota 1 (N1), a nota 2 (N2) e a nota 3 (N3), calculada da seguinte forma:

MS = (N1) + (N2) + (N3)/3

Situação Final:< que 7,0 = Prova Final / > que 7,0 = Aprovado

Bibliografia básica (indicar um mínimo de três obras disponíveis na biblioteca e que deem conta de todo o conteúdo programático a ser desenvolvido)

1. BROWN, Tim. Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. RJ, 2010.
2. MARTIN, Roger L. Design de Negócios: por que o design thinking se tornará a próxima vantagem competitiva dos negócios e como se beneficiar disso. RJ, 2010.
3. PINHEIRO, Tennyson, Design Thinking Brasil: empatia, colaboração e experimentação para pessoas, negócios e sociedade\ Tennyson Pinheiro, LuisAlt em parceria com Felipe Pontes, RJ, 2011.
4. PINHEIRO, Tennyson, The service startup: inovação e empreendedorismo por meio do design, RJ, 2015.

Bibliografia complementar(indicar um mínimo de cinco obras disponíveis na biblioteca e que deem conta de complementar e oferecer oportunidades de aprofundamento de todo o conteúdo programático a ser desenvolvido)

1. Design Thinking: inovação em negócios | Maurício Vianna… [et al.] RJ, 2012.
2. HCD-HumanCentered Design: Kit de Ferramentas.
3. ESCOLA DE DESIGN, Mini toolkit de design thinking, aberto. 2015.
4. FRASER, Heather M. A., Design para negócios na prática: como gerar inovação e crescimento nas empresas aplicando o business design. RJ, 2012.
5. NEUMEIER, Marty. A Empresa Orientada pelo Design: Como criar uma cultura de Inovação Permanentemente - Brookman, Porto Alegre, 2010.
6. STCKDORN, Marc e SCHNEIDER, Jakob organizadores. Design de Serviços. Bookman, Porto Alegre, 2014.
7. LAWSON, Bryan. Como Arquitetos e Designers Pensam. Oficina de Textos, São Paulo, 2011.

Cronograma(Inserir a distribuição dos conteúdos programáticos a serem desenvolvidos nas aulas)

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO ADMINISTRAÇÃO

CALENDÁRIO TÓPICOS_AVANÇADOS_II_MARKETING - 2018_2

AGOSTO			SETEMBRO			OUTUBRO			NOVEMBRO			DEZEMBRO		
1	Q		1	S		1	S		1	Q	MENTORIA	1	S	
2	Q	Apres. Disciplina, Proj. Final e formação Times	2	D		2	T	Empatia	2	S	Feriado	2	D	
3	S		3	S		3	Q		3	S		3	S	
4	S		4	T	Discussão TXT_1	4	Q	Empatia ENTREGA TXT_2	4	D		4	T	Preparação Prova Final
5	D		5	Q		5	S		5	S		5	Q	
6	S		6	Q	MENTORIA	6	S		6	T	Experimentação	6	Q	Preparação Prova Final
7	T	Design de Negócios: Origem e Conceito	7	S	Feriado	7	D		7	Q		7	S	Encerramento do período
8	Q		8	S		8	S		8	Q	Experimentação	8	S	
9	Q	Design de Negócios: Origem e Conceito	9	D		9	T	Discussão TXT_2 MENTORIA	9	S		9	D	
10	S		10	S		10	Q		10	S		10	S	
11	S		11	T	Trabalho em grupo	11	Q	Colaboração	11	D		11	T	Prova Final
12	D		12	Q		12	S	Feriado	12	S		12	Q	Digitação pauta final
13	S		13	Q	Trabalho em grupo	13	S		13	T	MENTORIA FINAL	13	Q	
14	T	MENTORIA	14	S		14	D		14	Q		14	S	
15	Q		15	S		15	S		15	Q	Feriado	15	S	
16	Q	Duplo diamante e o pensamento lateral	16	D		16	T	Colaboração	16	S		16	D	
17	S		17	S		17	Q		Col	S		17	S	
18	S		18	T	Apresentação 1	18	Q	MENTORIA	18	D		18	T	
19	D		19	Q		19	S		19	S		19	Q	
20	S		20	Q	Apresentação 1	20	S		20	T	MENTORIA FINAL	20	Q	
21	T	Duplo diamante e o pensamento lateral	21	S		21	D		21	Q		21	S	
22	Q		22	S		22	S		22	Q	Apresentação Final	22	S	
23	Q	A jornada do design	23	D		23	T	Apresentação 2	23	S		23	D	
24	S		24	S		24	Q		24	S		24	S	
25	S		25	T	MENTORIA	25	Q	Apresentação 2	25	D		25	T	
26	D		26	Q		26	S		26	S		26	Q	
27	S		27	Q	Empatia	27	S		27	T	Apresentação Final	27	Q	
28	T	A jornada do design	28	S		28	D		28	Q		28	S	
29	Q		29	S		29	S		29	Q	Apresentação Final	29	S	
30	Q	A jornada do design ENTREGA TEXTO 1	30	D		30	T	MENTORIA	30	S		30	D	
31	S					31	Q					31	S	

OBSERVAÇÕES

1. Apresentação 1
   Conteúdo: passado, presente e futuro
   Tempo: Cada grupo terá até 15 min

2. Apresentação 2
   Conteúdo: usuários extremos e princípios
   Tempo: Cada grupo terá até 15 min

3. Apresentação Final
   Conteúdo: solução passo a passo e aderência aos princípios
   Tempo: Cada grupo terá até 30 min

4. Textos 1 e 2
   Atividade individual para relacionar o conteúdo do texto com as aulas e a realidade, além de registrar o posicionamento a respeito. A entrega será impressa e em mãos. NÃO SERÃO ACEITAS ENTREGAS POR E-MAIL. Fiquem atentos as datas limite para as entregas.

5. Critérios de Avaliação
   a) argumentação e clareza no desenvolvimento das questões;
   b) compreensão e aplicação dos conceitos;
   c) linguagem;
   d) organização.