

## **MASTER EM TRANSPORTATION DESIGN**

Março 2010 a Agosto 2011

Segundas e Quartas-feiras, das 19h30 às 22h45\*

400 horas

\* Também estão programadas atividades extra-classe como seminários e visitas a estúdios, empresas e fábricas.

A importância cultural dada à mobilidade vem crescendo ao longo da história da sociedade moderna. Apresentar propostas criativas para a resolução de antigos e novos problemas relacionados aos meios de transportes é o desafio dos profissionais de design especializados nesta área. São eles que olharão a evolução do segmento e serão capazes de pensar o futuro do setor, propondo soluções ancoradas na inovação e na sustentabilidade.

### **Metodologia**

O curso do IED São Paulo é dividido em três etapas, baseadas nas seguintes premissas: pensar, criar e gerir. A primeira fase é a Compreensão Avançada do Pensar Design, trata de assuntos como os aspectos históricos do design automotivo, análise das tendências socioculturais, estudo de materiais e processos etc. Na segunda fase, Conceituação e Criatividade como Estratégia, desenvolve-se a importância da criatividade no desenvolvimento de um projeto, por exemplo.

Na última etapa, Gerenciamento Estratégico para a Inovação, o foco é na gestão de projeto e planejamento avançado.

Nos módulos serão desenvolvidos ainda workshops, sempre em colaboração com professores, especialistas e profissionais renomados e experientes, que fornecerão conhecimento e suporte técnico necessários à realização dos projetos.

### **Objetivo**

O objetivo do curso é especializar os alunos para enfrentar os desafios atuais e futuros do mercado automotivo, principalmente.

### **Público**

Profissionais que querem cursar uma especialização relacionada ao universo de novos meios de transporte, explorando toda a sua criatividade com a intenção de serem competitivos nas seguintes áreas: design, pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e marketing.

### FASE I – COMPREENSÃO AVANÇADA DO PENSAR DESIGN

- HISTÓRIA DO TRANSPORTATION DESIGN

A disciplina apresenta aos alunos a história da indústria automotiva e os seus desafios. Mostra a quebra de paradigmas, o importante papel do design e suas transformações para o século XXI.

- SEMIÓTICA

A proposta da disciplina é fornecer instrumentos básicos e metodológicos da semiótica para que o profissional consiga desenvolver análise de objetos imersos em nosso cotidiano. Serão abordados assuntos como: semiótica discursiva, design da experimentação, interdisciplinaridade no design, design urbano e lifestyle.

- REPRESENTAÇÃO GRÁFICA I (SKETCH)

Técnicas de representação de produtos por meio de sketches e renderings (manuais e digitais). As técnicas são as mesmas utilizadas pela indústria automotiva e apresentadas por profissionais e professores experientes, atuantes no mercado automobilístico.

- DESIGN THINKING

O processo em si é importantíssimo para atingir resultados criativos e inovadores. Manter o foco no usuário é o outro conceito central ao design thinking. De modo geral, o processo procura resolver um problema ou uma questão de modo criativo. A inovação toma a frente propondo a reestruturação de um modelo, para dar lugar a uma perspectiva constante de mudança e reciclagem, a partir da percepção da necessidade de uma visão mais holística que agregue valores de comunidade, educação de qualidade, biotecnologia, sustentabilidade e respeito ao consumidor.

- TENDÊNCIAS SOCIOCULTURAIS

A disciplina propõe uma análise do processo da evolução histórica do produto nas mais distintas culturas. O estudante é estimulado a compreender as raízes do gosto e os novos valores atribuídos ao design no mercado atual. Também compreenderá as mutações do contexto cultural e social que influenciam as necessidades e expectativas do mercado. Será apto a prospectar cenários para entender as perspectivas de evolução do design no futuro.

- DESIGN GRÁFICO

A disciplina propõe a compreensão do design gráfico atual e seus usos. Trata-se de um processo criativo que utiliza imagens e textos para comunicar mensagens, idéias e conceitos. Nomeado e amadurecido no século XX, o design é hoje a atividade criativa mais disseminada no planeta. Com objetivos comerciais ou de fundo social, o design gráfico é utilizado para, por exemplo, informar, identificar, sinalizar, organizar, estimular, persuadir e entreter.

- BRAINSTORMING I – (CRIATIVIDADE)

Estimula o Pensar Design. A disciplina apresenta ao aluno o desenvolvimento de estudos, pesquisas e práticas com base no aprofundamento teórico e prático. Durante o Brainstorming, os conceitos serão apresentados em linguagem de design, com apoio de profissionais. O objetivo é conscientizar o aluno sobre a importância de sua profissão e a aplicação deste conceito em seus futuros projetos.

### FASE II – CONCEITUAÇÃO E CRIATIVIDADE COMO ESTRATÉGIA

- REPRESENTAÇÃO GRÁFICA AVANÇADA - II (RENDERING)

Representar produtos para o setor automotivo. Além de uma natureza plástica e gráfica, centrada no controle e desenvolvimento expressivo dos elementos visuais como cor, dimensão, configuração e textura, o desenho tem de estar em sintonia com a materialização das ideias e clarificação de dados, conjuntos e estruturas de informação.

- TÉCNICAS MODELAGEM - I

Nesta disciplina desenvolve-se a construção de modelos físicos em escala por meio da técnica de clay modelling a partir do desenho de coordenadas. Possibilita ao aluno o conhecimento necessário à transformação de conceitos bidimensionais em tridimensionais, valendo-se de processos similares aos utilizados na indústria.

- PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E MARKETING

Esta disciplina oferecerá noções de marketing essenciais à avaliação de mercado e ao posicionamento da marca. O objetivo é utilizar conceitos de planejamento estratégico que possam mudar uma apresentação de produto ao cliente, de forma a valorizar e direcionar estrategicamente os projetos.

- **MATERIAIS E TECNOLOGIAS**

A área ganhou importância na última década. Atualmente é uma das principais armas de argumentação no momento da venda de um veículo. O designer precisa estar atento e atualizado sobre todos os tipos de acabamentos: figurinos, tecidos, vinil, couros e outros materiais para os revestimentos internos. Também precisa saber sobre as opções de cores externas, de interiores e de componentes. A partir dessas tendências, acompanha o desenvolvimento de plásticos e gravações de superfície (texturas), carpetes, cadarços de cinto de segurança e guarnições de portas, assim como suas formas de aplicação.

- **ERGONOMIA AVANÇADA**

A preocupação da ergonomia abrange o estudo do homem e seu meio no mundo. Esta disciplina visa adequar os produtos e espaços à maioria da população, trazendo maior conforto e satisfação no uso do produto. Também explora aspectos cognitivos como percepção, memória e esforço mental. Para isso, é feita uma busca para identificar materiais e processos produtivos com baixo consumo energético e ecologicamente corretos.

- **INTELIGÊNCIA VERBAL E TÉCNICAS DE APRESENTAÇÃO**

Desenvolver a capacidade de se expressar por meio da linguagem verbal nas comunicações formais e informais. Trabalha-se ainda a análise da audiência, o preparo prévio, o canal de influência pessoal, corpo, voz e fala do apresentador. Recursos tecnológicos, que buscam a interação com o público ouvinte e tem a proposta de desenvolver a expressão dos alunos, também são trabalhados durante as aulas.

- **REALIDADE VIRTUAL**

A proposta da disciplina é trabalhar a modelagem 3D, confeccionando modelos por meio de fotos e de formas pré-estabelecidas. O objetivo é a interação e a prática desta nova tecnologia para o processo de projeto de design com objetos e construções simples.

- **WORKSHOP I - FUTURE DESIGN**

O objetivo é desenvolver um projeto com visão que englobe: indústria de auto-peças, análise de mercado, tecnologia e materiais, processos logísticos e a finalização do projeto conceitual. Serão utilizados materiais como plásticos, luzes, grafismos, tecidos, sintéticos, couro e outros, por meio de ilustrações, segundo a visão do próprio aluno. A meta é levá-lo a pensar em todos os aspectos da apresentação de um projeto, de acordo com o tema proposto e as necessidades compatíveis com o público-alvo.

### **FASE III – GERENCIAMENTO ESTRATÉGICO PARA A INOVAÇÃO**

- **GESTÃO EM DESIGN**

Como nasce uma business ideia e como se forma a business cultura de uma empresa. O curso mostra como gerir o processo de design nos termos da pesquisa estratégica e fornecerá conhecimento para solução dos problemas.

- **REALIDADE VIRTUAL AVANÇADA - II**

Neste módulo o estudante aprenderá a usar técnicas da construção de formas, que sofrem uma variação por meio dos pontos de controle e possibilitam a criação de novas formas. Em poucos minutos, a forma digital é criada e pode ser editada assumindo novas recombinações. O processo, em aplicativos tradicionais, consumiria um tempo maior e não permitiria liberdade e flexibilidade, nem o seu controle.

- **ECOSSUSTENTABILIDADE**

A disciplina pretende apresentar conceitos, ferramentas e estratégias de design sustentável e suas respectivas aplicações. O tema é abordado em conjunto com o estudo dos sistemas de funcionamento social, ambiental e econômico. Tem como objetivos gerais: contribuir para a reflexão e percepção da atividade do profissional sobre o real potencial de impacto positivo e negativo para a sustentabilidade da sociedade; propiciar o desenvolvimento de estudos, pesquisas e práticas, com base no aprofundamento da fundamentação teórica e prática, reflexões e discussões sobre o tema em questão.

- **TÉCNICAS MODELAGEM - II**

Aperfeiçoamento da construção de modelos físicos em escala por meio da técnica de clay modeling a partir do desenho de coordenadas. Possibilita ao aluno o conhecimento necessário à transformação de conceitos bidimensionais em tridimensionais, valendo-se de processos similares aos utilizados na indústria.

- **BRANDING**

A proposta do curso é estudar o aparecimento da sociedade de consumo e sua evolução. Discussão do ambiente onde as marcas são planejadas atualmente e abordagem da importância do planejamento estratégico da marca como alavanca de sucesso. Apresentação, passo a passo, dos pontos cruciais a serem abordados e discutidos profundamente pelos responsáveis de gestão do negócio.

- **METODOLOGIA CIENTÍFICA**

Apresentação sobre análise e posicionamento estratégico de linhas projetuais. Exercícios de geração de idéias, criatividade, oportunidades de design, novos conceitos de projeto e aspectos de tecnologia. Com a orientação de consultores e gestores de empresas, será feita uma pré-apresentação dos trabalhos desta fase e, posteriormente, uma discussão com as companhias para eventuais ajustes nos projetos.

- **WORKSHOP III - TRANSPORTATION DESIGN**

O aluno será desafiado a criar formas para o seu projeto levando em consideração toda informação adquirida durante o curso. Ele deverá planejar, ilustrar, apresentar e defender seu projeto para uma banca de profissionais e professores atuantes da indústria automotiva. Durante este processo, ele receberá todo suporte necessário que o ajudará a construir sua apresentação. O objetivo do workshop é demonstrar a força do design como fator competitivo, e que está muito além das aparências. Mais que um componente estético, que diferencia um produto de outro pela beleza ou plasticidade das linhas, é um integrante inovador e deve estimular novos caminhos, difundir a cultura da criatividade por meio do design e construir conhecimento aplicado entre a tecnologia e a indústria.

- **WORKSHOP IV**

Em todo workshop de desenvolvimento de projeto serão realizadas palestras com designers e profissionais do setor ou membros de associações referentes ao segmento para a apresentação de “cases” e informações importantes ao projeto. Neste desenvolvimento, os alunos serão orientados por professores especialistas ao tema proposto e ao final de cada workshop será realizada a apresentação do projeto. Serão abordados os seguintes tópicos:

- Metodologia do projeto;
- As indústrias do segmento;
- Análise de mercado;
- Tecnologia e materiais - a pesquisa em design;
- Processos criativos e tendências;
- Processos de produção;
- Objetivos da apresentação.

- **PROJETO FINAL - TCC**

O projeto final é etapa necessária e obrigatória para que o aluno receba a certificação de conclusão do curso. Ao longo do percurso formativo, o estudante escolherá o tema do seu projeto final.

IED - São Paulo  
Rua Maranhão, 617 - Higienópolis  
São Paulo / SP - Brasil  
tel. 011 3660-8000  
[www.ied.edu.br](http://www.ied.edu.br)