

■ METODOLOGIA DIDÁTICA

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.

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.

■ COORDENAÇÃO

■ André Marcolino

Formado em Desenho Industrial, com especialização em comunicação pela ESPM, começou sua carreira em São Paulo em 1993 criando produtos para o segmento Automotivo e Têxtil, para empresas como: Aunde, Michel Thierry, Fiat, Volkswagen, Toyota, Nissan, Honda, Ford, GMB, Renault, PSA e Marcollo.

No final de 1998, coordenou o design da Bosch Eletrodomésticos e em 2002 integrou a equipe de criação de produto da agência de Design Seragini & Farné. Também nesta época, integrou a equipe do estilista Alexandre Herchicovith para a FMU nos projetos de criação de Moda. Desenvolveu acessórios para estilistas da Casa de Criadores por três anos. É o idealizador da veerti.com, empresa dedicada à prestação de serviços de criação e desenvolvimento de acessórios para as indústrias da moda e automotiva.

No exterior, criou produtos para diversas marcas.

- **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.

- **Representação gráfica avançada – II (endering)**

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, catarços 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.

- **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**

Aperefeiçoamento 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 e 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.

DOCENTES

Nossos docentes são designers reconhecidos na área, profissionais e diretores de empresas leader e de agências com importância internacional, convivem diariamente com a realidade empresarial e produtiva. Essa contribuição permite que as rápidas transformações dos contextos produtivos encontrem resposta imediata no conteúdo dos cursos.

PARCERIAS

No Istituto Europeo di Design, o aluno entrará em contato com empresas durante todo o curso. Deste modo, compreenderá processos e desafios do trabalho criativo aplicado à produção de bens de consumo para o mercado. No IED o projeto pedagógico contempla momentos de vivência profissional simultaneamente ao processo formativo, isso porque o IED mantém parcerias com empresas públicas e privadas, estúdios de design, agências governamentais e ONGs. Os projetos integrados com empresas propõem desafios diferenciados. As empresas participam na direção, coordenação e supervisão dos projetos nos quais estão envolvidas. Estas colaborações são concretizadas por meio de workshops, projetos e palestras que enriquecem os alunos com a experiência e com grande chance de ver o seu próprio projeto comercializado; ao mesmo tempo, as empresas se beneficiam dos resultados obtidos com uma linguagem inovadora e criativa.

| A CASA DO ARTISTA | ABEST | ABRE | ABIT | ALBERFLEX | ALITALIA
| BIBLIOTECA MARIO DE ANDRADE | BRASTEMP | BOX 1824 | CANAL | CASA
COR | CENTRO CULTURAL SÃO PAULO | CCSP | CHILLI BEANS | CNC FLEX
| COLUNNA | DECA | DIESEL | DIVINA | DOC DOG | ECKO | FIORENTINO
PRODUÇÕES E EVENTOS | FAZENDO ONDA | FIRST | FOCH | FOLHA DE
SÃO PAULO | GANADERIA | IBGM | IDEA ZARVOS | IESB | ISTITUTO CRIAR
| ISTITUTO INOVA | INTERFACE | ISTITUTO ITALIANO DI CULTURA | IKKO
ISHP | I-STICK | LE POSTICHE | MABE | MANGELS | MASISA | MAX HAUS
| MICASA | MIOLO | MUSEU DA IMAGEM E DO SOM | MUSEU DA LINGUA POR-
TUGUESA | NEUMANN | OFICIO MODA | OSRAM | OVO DESIGN | PHILIPS
PROJETO CIDADE ESCOLA APRENDIZ | Q&E | REEBOK | RIVA | SAMSUNG
SCMC | SEBRAE | SEDEC - ESTADO DE ALAGOAS | SENAC | SOLVAY | SP TURIS
| SWAROVSKI | TOK&STOCK | TURMA DO BEM | VAZ | WGSN | WHIRPOLL
| WISE UP | YOOX | ZUPI

WORKSHOP 1

Future design

O objetivo é desenvolver um projeto com visão que englobe: indústria de autopeças, 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.

WORKSHOP 2

Transportation design

WORKSHOP 3

ORIENTAÇÃO DE PROJETO FINAL

O Projeto Final é etapa necessária e obrigatória para receber a certificação de conclusão do curso. Ao longo do percurso formativo, o aluno escolherá o tema do seu projeto final e durante o módulo específico, será orientado por professores.