

MASTER DESIGN ESTRATÉGICO

Para se criar ou reposicionar produtos, serviços e processos é necessário pensar estrategicamente. Assim nasceu na Itália, especificamente no Istituto Europeo di Design, a metodologia do curso de Master em Design Estratégico. O Design sempre foi pensado e ainda o é, como uma roupagem e acessório na área de concepção, seja em embalagens, um espaço comercial ou um logotipo. Entretanto em mercados extremamente competitivos, foi observada a importância da formação estratégica para que um profissional pudesse atuar num negócio viável, agregando valor para o cliente e oportunidades para o mercado.

Metodologia

Essa formação possui uma metodologia onde são praticadas as mais avançadas técnicas em Pesquisa, Tendência, Design Thinking, Design Innovation, Branding, Cool Hunting, Marketing e Comunicação Integrada, atuando de modo transversal a todas as disciplinas do Design (Industrial, Graphic, Interior, Fashion), Comunicação e Marketing.

Objetivo

Aprimorar no participante um raciocínio integrativo, criando uma visão onde se procura direcionar uma abordagem tática em todas as etapas: de um desenvolvimento projetual e processual, indo dos diagnósticos ao desenvolvimento de produtos, dos processos de produção e serviços à atuação em marketing, branding até a comunicação integrada. A multidisciplinaridade do curso direcionada de forma estratégica proporciona um ambiente rico em experimentações e insights diversos, sempre criando cenários favoráveis de desenvolvimento profissional, uma característica que o baliza como modelo único no mercado.

Público

Este curso é voltado para as mais variadas disciplinas onde a metodologia estratégica possa atuar. São elas: Design Gráfico, Produto, Interiores e Arquitetura, Engenharia, Marketing, Indústria, Pesquisa e Tendências, além de outros segmentos que possam atuar de forma estratégica em seus negócios.

FASE I - COMPREENSÃO E ANÁLISE DE CONTEXTO

- **METODOLOGIA DO DESIGN ESTRATÉGICO**

Estrategicamente o designer opera como parte de um processo amplo e transversal, responsável pela definição de diretrizes de posicionamento ou reposicionamento dos seus produtos-comunicação-serviços, propondo soluções competitivas e sustentáveis relacionadas com as reais necessidades do mercado, integrada no sistema empresarial e econômico.

- **CICLO DE SEMINÁRIOS TEMÁTICOS**

Neste tópico são chamados participantes de diversos segmentos de mercado para expor as próprias experiências, enfocando em especial a atuação estratégica em suas respectivas disciplinas. Suas matrizes de conhecimento evidenciam a multidisciplinaridade de culturas em empresas vencedoras.

- **TENDÊNCIAS SÓCIO CULTURAIS**

Analisar o processo da evolução histórica do design em distintas culturas. Compreender as mutações do contexto cultural e social que influenciam as necessidades e expectativas do mercado prospectando cenários para entender as possibilidades futuras de evolução do design.

- **TENDÊNCIAS E PESQUISAS EM DESIGN**

Sistematizar pesquisas em forma de estudos, para entender o processo de nascimento e consolidação das tendências, exige que se tenha uma visão global dos diversos contextos de comportamento do consumidor, do seu estilo de vida, seus anseios e emoções.

- **HISTÓRIA DO DESIGN**

Partindo do final do século XIX, o curso abordará as principais relações estabelecidas entre a produção no âmbito do design, da arte e da arquitetura, da origem ao desenvolvimento no âmbito mundial e nacional, e a associação desta produção à formação social, política e cultural, partindo do final do século XIX ao que compõem o revolucionário século XX.

- **ECOSUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Apresenta 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.

- **MARKETING E DESIGN**

Estimular um pensamento estratégico a respeito de produtos, preços, distribuição e comunicação, com foco em resultados. Elaboração de Plano de Marketing para um produto ou serviço.

- **WORKSHOP I – COMPREENSÃO E ANÁLISE DE CONTEXTO**

Discussão do Briefing, interpretação dos dados e análise de mercado, estabelecimento de possíveis perfis de consumidores, análise dos concorrentes, análise dos produtos e introdução sobre posicionamento estratégico.

FASE II – CONCEPT DESIGN

- **GESTÃO DO DESIGN ESTRATÉGICO I**

Como nasce uma business idea e como se forma a business culture de uma empresa. O curso indica como gerir o processo de design nos termos da pesquisa estratégica e fornece conhecimentos relativos às estratégias direcionadas à soluções.

- **CICLO DE SEMINÁRIOS TEMÁTICOS**

Neste tópico são chamados participantes de diversos segmentos de mercado a expor suas experiências, enfocando em especial a atuação estratégica em suas respectivas disciplinas. Suas matrizes de conhecimento evidenciam a multidisciplinaridade de culturas em empresas vencedoras.

- **TEAM BUILDING – COMUNICAÇÃO VERBAL**

Capacitar os participantes, de forma vivencial, para fazerem apresentações eficazes, de forma a captar o interesse e público e para atuarem com desenvoltura em reuniões, TCCs, palestras, apresentações comerciais e projetos, simpósios e eventos em geral.

- SEMIÓTICA EM DESIGN ESTRATÉGICO

O objetivo do curso é fornecer subsídios para o entendimento da construção de significados contidos em objetos e marcas. Através da análise de objetos e de identidades de marcas, busca-se habilitar o aluno para a compreensão dos vários caminhos pelos quais se podem criar sentidos, valores e identidade no design estratégico.

- CONCEPT DESIGN – PROCESSOS PROJETUAIS

Posicionamento estratégico e linhas/caminhos projetuais. Geração de idéias, criatividade, oportunidades de design, novos conceitos de projeto, aspectos de tecnologia e possíveis vínculos. Orientação dos consultores e empresas.

- WORKSHOP 02 – CONCEPT DESIGN

Abordará a questão projetual no sistema de desenvolvimento e produção. É trabalhado em parceria diretamente com empresas do setor de produtos, e simulará cenários de mercado e possíveis abordagens / soluções estratégicas para as mesmas.

FASE III – INOVAÇÃO, BRANDING E COMUNICAÇÃO INTEGRADA

- GESTÃO DO DESIGN ESTRATÉGICO II

Serão colocadas todas as questões estratégicas em níveis mais profundos e sutis. Adensará a proposta do curso de forma conceitual e prática, elevando o conhecimento técnico / analítico do processo de metodologia estratégica do IED.

- CICLO DE SEMINÁRIOS TEMÁTICOS

Neste tópico são chamados participantes de diversos segmentos de mercado a expor suas experiências, enfocando em especial a atuação estratégica em suas respectivas disciplinas. Suas matrizes de conhecimento evidenciam a multidisciplinaridade de culturas em empresas vencedoras.

- BRANDING

Apresentação do 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 a longo prazo.

- SISTEMA DO DESIGN LOCAL

Os produtos locais são manifestações culturais fortemente relacionadas com o território e a comunidade que os gerou. Esses produtos são resultados de uma rede tecida ao longo do tempo, envolvendo recursos da biodiversidade, modos tradicionais de produção, costumes e hábitos de consumo.

Esses itens estão presentes nos aglomerados produtivos e a gestão do design tem sido um diferencial competitivo nessas localidades. É importante trabalhar o design sob a perspectiva da mediação entre produção e consumo, tradição e inovação, qualidades locais e o impacto das tendências dos mercados globais em aglomerados produtivos.

- ADMINISTRAÇÃO E MARKETING DE ESCRITÓRIOS

Abordará todas as questões da administração de um escritório de design e serviços. Sua apresentação profissional, organização de portfólio e site, elaboração de propostas técnico-financeiras, gestão de negócios, assim como elementos básicos de marketing profissional.

- INOVAÇÃO – DESIGN THINKING

Assim como o marketing, que há 30 anos se tornou uma ferramenta de diferencial em todas as empresas, atualmente inovação e design thinking começa a ser adotado como disciplina em plena expansão nas mesmas, seja por consultoria ou como departamento próprio. A qualidade de criar valor através de uma metodologia de processos, produtos ou comunicação, é a mais atual forma de se repensar e/ou reposicionar um negócio em mercados competitivos.

- WORKSHOP 03 – CONCEPT DESIGN II – ESPAÇOS E COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Em mercados altamente competitivos a compreensão dos espaços é estritamente necessária, seja em mercado de varejo, de luxo, seja em pontos de vendas, espaços conceitos ou até mesmo flagship stores. É possível dizer que o posicionamento da marca e sua comunicação integrada é responsável por boa dose do sucesso ou do fracasso de uma empresa.

- WORKSHOP DE INTEGRAÇÃO VERTICAL

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.

- PROJETO FINAL - TCC

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.

IED - São Paulo
Rua Maranhão, 617
Higienópolis
São Paulo / SP - Brasil
tel. 011 3660-8000
www.ied.edu.br