



## Objetivo Geral:

O curso de pós-graduação em Design Estratégico e Branding, ofertado na modalidade presencial, tem por finalidade desenvolver e ampliar as competências e habilidades sobre o design enquanto sua abordagem estratégica. O curso visa especializar profissionais para atuarem em organizações no desenvolvimento de estratégias a partir do design com ênfase na produção de inovação e produção de valor para a cadeia de valor das organizações. O curso discute conceitos, ferramentas e processos do design como o metaprojeto, o design de serviços e experiências, o design de negócios, o design para sustentabilidade e inovação social, a gestão de design e o branding.

## Objetivos Específicos:

Desenvolver uma visão estratégica sobre o design e o branding com relação as organizações e a sociedade.

Facilitar a compreensão sobre os processos de design e branding visando a produção de inovação e valor em organizações.

Planejar e projetar de forma integradora os processos de design e branding em organizações.

Capacitar profissionais para atuar na produção de estratégias organizacionais por meio do design e do branding.

## Público-Alvo:

O curso é voltado para profissionais e empreendedores das mais diversas áreas de atuação interessados em produzir inovação e produzir valor por meio da abordagem estratégica do design para enfrentar os desafios do mercado e da sociedade. Principalmente, aos profissionais que atuam ou pretendem atuar nas áreas de Gestão, Administração e Marketing, assim como os profissionais de áreas criativas como Design e Publicidade e Propaganda.

Os cursos de pós-graduação lato sensu, são abertos a candidatos que tenham diploma de graduação, obtido em instituição credenciada pelo MEC, e que tenham sido classificados em processo seletivo.



## Matriz Curricular:

Track Comum (36h)	Track Design Estratégico (108h)	Track Inovação e Criatividade (108h)	Track Branding (108h)
Cinco ponto zero (12h)	Design Estratégico e Metaprojeto (24h)	Creative Mindset (24h)	Branding, Propósito e Impacto (24h)
Seminário de Integração dos Projetos (24h)	Design para Sustentabilidade e Inovação Social (12h)	Innovative Culture (12h)	Estratégias e Diferenciação de Marca (24h)
	Design de Serviços e Experiências (24h)	Strategic Approach (12h)	Posicionamento de Marcas (24h)
	Gestão de Design (12h)	Design Thinking (24h)	Psicologia de Marcas (12h)
	Design de Negócios (24h)	Knowledge Management (12h)	Marcas e Diversidade (12h)
	Laboratório de Design Estratégico (12h)	Agile Project (12h)	Laboratório de Branding (12h)
		Laboratório de Inovação e Criatividade (12h)	
Horas Totais			360h



## Conteúdo programático:

O curso conta com professores com alta qualificação, de instituições de ensino em nível nacional. As aulas valorizam os aspectos multidisciplinares do design com ênfase aos processos que se dão em nível estratégico. De forma inovadora, as aulas possibilitam a vivência prática e aplicada dos conceitos trabalhados.

Como diferencial inovador, ao invés de disciplinas temos o conceito de Pílulas, compondo a organização curricular do curso. As pílulas podem ser tomadas com diferentes combinações, interagindo com outros cursos, enriquecendo o portfólio interdisciplinar e vitaminando o seu currículo. Além disso, o curso está dividido em quatro eixos ou trilhas de conhecimento, devidamente nomeados de Tracks, sendo estes:

**Track Comum**, cujo objetivo é introduzir os temas gerais do curso bem como concentrar as atividades interdisciplinares que concernem o escopo geral do curso.

**Track Design Estratégico**, cujo objetivo é capacitar profissionais para atuarem no campo do design em nível estratégico em organizações e empresas com ênfase aos processos metaprojetuais em vista a produção de inovação em diferentes campos como os serviços e as experiências, a sustentabilidade e a inovação social, os negócios e a gestão de design.

**Track Inovação e Criatividade**, cujo objetivo é capacitar profissionais para atuarem de forma criativa e estratégica na produção de inovação no contexto de grandes incertezas e baseados nas novas configurações das organizações e empresas.

**Track Branding**, cujo objetivo é capacitar profissionais para atuarem no branding, na criação e gestão estratégica de marcas, tendo em vista os diferentes aspectos da marca e as diferentes interações que são constituídas entre as marcas e as pessoas.



## Ementas:

### Track Comum

**Pílula:** Teorias do Design

**CH:** 12h

**Ementa:** O problema de design. O pensamento em design. O processo de design. Metodologias, métodos e técnicas de design. Design enquanto processo de significação. Cultura de projeto.

**Pílula:** Seminário de Integração dos Projetos

**CH:** 24h

**Ementa:** A disciplina visa a estruturação, a socialização e a avaliação das soluções para problemas correlatos à área do Curso, relacionando a teoria e a prática nos projetos desenvolvidos durante todo o curso.

---

### Track Design Estratégico

**Pílula:** Design Estratégico e Metaprojeto

**CH:** 24h

**Ementa:** Dimensões estratégicas do design. Fundamentos teóricos do design estratégico. Relação entre o design e formulação de estratégias organizacionais. Processos metaprojetuais de design. Sistema produto-serviço. Inovação Orientada pelo Design. Práticas e técnicas de Design Estratégico. Cenários Orientados pelo Design.

**Pílula:** Design de Serviços e Experiências

**CH:** 24h

**Ementa:** Conceitos, definições, metodologias, ferramentas e processos de design de serviços. O projeto de serviços e experiências. Design e emoções. Design voltado para a experiência. Jornada do serviço. Prototipação em Serviços. Inovação em serviços.

**Pílula:** Design para Sustentabilidade e Inovação Social

**CH:** 12h

**Ementa:** Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: trajetória conceitual e desafios atuais. Correntes teóricas da inovação social. Visão sistêmica e estratégica do design para a sustentabilidade. Processos de inovação social. Inovação social e organizações. A relação entre o design e inovação social. Comunidades criativas. Co-design e Design Participativo.



**Pílula:** Design de Negócios

**CH:** 24hs

**Ementa:** Inovação em modelos de negócios com o design. Modelagem de negócios. Plano de negócio com métodos ágeis. Business Model Generation. Lean UX Startup. Protótipo de negócio e Minimum Viable Product. Empreendedorismo por meio do Design.

**Pílula:** Gestão de Design

**CH:** 12h

**Ementa:** Conceitos de gestão do design e seus níveis de posicionamento nas empresas. Gestão do design em organizações. Gestão de projetos e liderança de equipes com foco no Design. Cultura organizacional para o desenvolvimento de políticas e uso do Design. Gerência de processo de design, desenvolvimento e lançamento de produtos e/ou serviços.

**Pílula:** Laboratório de Design Estratégico

**CH:** 12h

**Ementa:** Laboratório de práticas de Design Estratégico usando a metodologia de Aprendizagem Baseada em Projeto que alia a teoria à prática com o projeto de solução de um problema real.

---

## Track Criatividade e Inovação

**Pílula:** Creative Mindset - Mentalidade Criativa nas organizações

**CH:** 24h

**Objetivo:** A mentalidade criativa é essencial para organizações inovadoras. O mindset criativo libera as pessoas para criar novas soluções criativas diante dos problemas que fazem parte do dia a dia de uma organização, produzindo insights valiosos e atitudes inovadoras.

**Ementa:** Teorias sobre criatividade e mindset. A mentalidade criativa. Habilidades e atitudes criativas. Processos e práticas criativas. A criatividade dentro das organizações. Barreiras e dificuldades para a manifestação da criatividade nas organizações. Cultura e clima organizacional e comportamento criativo. Criatividade e complexidade. Técnicas e exercícios para estimular a mentalidade criativa.

**Pílula:** Innovative Culture - Cultura de Inovação

**CH:** 12h

**Objetivo:** Uma cultura inovadora permite que organizações desenvolvam a capacidade de aplicar um pensamento inovador em todas as áreas da organização. A inovação passa a fazer parte do DNA da organização e está presente em todos os componentes de sua cultura organizacional. Todos os seus colaboradores compartilham como objetivo à produção de inovação.



**Ementa:** Teorias sobre inovação e organizações. Cultura organizacional e inovação. Tipologia da inovação. Gestão de organizações inovadoras. Inovação como cultura organizacional. Organizações inovadoras. Capacidade de inovação e performance. Cooperação para inovação. Inovação em rede.

**Pílula:** Knowledge Management - Gestão do Conhecimento Organizacional

**CH:** 12h

**Ementa:** Dados, informação e conhecimento. Fundamentos da gestão do conhecimento organizacional. Aprendizagem individual e organizacional. Relação entre aprendizagem, conhecimento e inovação. Redes digitais, tecnologias e gestão do conhecimento. Conhecimento aberto e redes de cooperação. Melhores práticas de gestão do conhecimento. O papel e os desafios do gestor.

**Pílula:** Design Thinking

**CH:** 24h

**Objetivo:** O design é fator crucial para produzir inovação em organizações. O Design Thinking é uma abordagem do design visa produzir contextos onde o pensamento em design é compartilhado por todos os colaboradores de uma organização. Assim é possível buscar soluções de problemas de forma colaborativa, com empatia e experimentação.

**Ementa:** Teorias sobre Design Thinking. A importância do design nas organizações. O pensamento em design. Raciocínio convergente e divergente. O design por toda a organização. Práticas e processos de design. Métodos, ferramentas e técnicas do Design Thinking. Empatia, colaboração e experimentação. Experiência do usuário. Design de serviços.

**Pílula:** Strategic Approach - Estratégia e tomada de decisões

**CH:** 12h

**Ementa:** Teorias sobre Estratégias Organizacionais. Estratégia enquanto campo de reflexão e ação. Abordagem estratégica nas organizações. Pensamento estratégico contemporâneo. Estratégia em tempos de incertezas. Ferramentas e modelos para desenvolvimento da estratégia organizacional. Planejamento estratégico. Design estratégico. Construção de cenários estratégicos.

**Pílula:** Agile Projects - Desenvolvimento de Projetos Ágeis de Inovação

**CH:** 12h

**Ementa:** Fundamentos Ágeis. Gestão e Liderança de Times ágeis. Métodos, técnicas e ferramentas para gerenciamento ágil de projetos de inovação. SCRUM e LEAN. Práticas de gerenciamento ágil de projetos.

**Pílula:** Laboratório de Criatividade e Inovação

**CH:** 12h

**Ementa:** Laboratório de práticas de criatividade e inovação usando a metodologia de Aprendizagem Baseada em Projeto que alia a teoria à prática com o projeto de solução de um problema real.



## Track Branding

**Pílula:** Branding, Propósito e Impacto

**CH:** 24h

**Ementa:** Historicidade dos conceitos de marca. Compreendendo todos os pontos de contato da marca com seus stakeholders. Construção do Brand equity para geração de impacto. Arquitetura e extensão de marcas. Desenvolvimento de vantagens competitivas. Definição de propósito.

**Pílula:** Estratégias e Diferenciação de Marca

**CH:** 24h

**Ementa:** Conceitos e abordagens de estratégia. Vantagem competitiva sustentável e suas métricas. As noções de atratividade e de competitividade. Estratégias de diferenciação. propósito, missão, visão e core-values. Formas de controle das estratégias.

**Pílula:** Posicionamento de Marcas

**CH:** 24hs

**Ementa:** Posicionamento Estratégico. Técnicas e ferramentas de construção e análise de posicionamento. Táticas e estratégias de posicionamento de marcas.

**Pílula:** Psicologia de Marcas

**CH:** 12h

**Ementa:** Tipologia do Comportamento do Consumidor. Fases do processo de decisão de compra. Variáveis das influências psicológicas nas relações de consumo (Percepção, Atitudes, Aprendizagem, Motivação, Personalidade). Arquétipos, suas influências e variáveis.

**Pílula:** Marcas e Diversidade

**CH:** 12h

**Ementa:** Relações de gênero e diversidades culturais, sexuais e de raça. Marcos de diversidade cultural (gênero, sexo e raça) na produção de conteúdo de marcas. Marcas fortes e diversidade: análise interdisciplinar.

**Pílula:** Laboratório de Branding

**CH:** 12h

**Ementa:** Laboratório de práticas de Branding usando a metodologia de Aprendizagem Baseada em Projeto que alia a teoria à prática com o projeto de solução de um problema real.



## Corpo Docente:

### Roberta Mandeli, Me.

Roberta Rech Mandelli é uma designer que estuda processos transdisciplinares pela teoria da Complexidade, visando a promoção de saúde, criatividade e autonomia. É Doutoranda em Design pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e possui Mestrado em Design pela mesma instituição. É integrante do Grupo de Pesquisa Design Estratégico: Inovação Cultural e Social (GPDEICS) da UNISINOS e do Laboratório de Design Estratégico Seeding Lab. Atualmente trabalha com Design Estratégico na Zooma Inc., empresa focada em pesquisa, experiência e inovação.

### Coral Michelin, Me.

Designer ecossistêmica graduada em Gestão Ambiental (UESA), Mestre (Unisinos) e doutoranda (UAM) em Design. Pesquisadora com foco em inovação social, ecologia, metadesign e métodos de design para inovação. Coordenadora do Bacharelado em Design de Produto e Serviço do IED-SP; Professora de design no IED e na Universidade de Passo Fundo. Fundadora do Coletivo Mutare, uma rede só de mulheres para troca de carinho e inspiração. Ativista da ecologia, poeta e ecofeminista. Membro do grupo de pesquisa e ação em design SeedingLab (Unisinos).

### Aron Krause Litvin, Me.

São 11 anos de experiência liderando projetos de inovação nos mais variados setores de grandes organizações, com destaque para Mercur S/A (projeto para um novo modelo de atuação da indústria e um laboratório de inovação), Ticket Log (formatação da Plataforma de Propósito Fleet & Mobility), Nike (projeto de sucessão de lideranças Next Gen), Sicredi (novo modelo de relacionamento PJ), Santander (projeto de relacionamento através da cultura), Natura (nova forma de mobilizar consultoras para o empreendedorismo). Visão sistêmica, capacidade criativa para resolução de problemas complexos e leitura crítica para orientação de novos processos de funcionamento das organizações fazem parte da minha essência enquanto profissional. Tenho bastante proximidade com Universidade, atuando como professor de Pós Graduação de Design Estratégico na Unisinos. Fui um dos fundadores do TransLAB - um laboratório onde se pensam projetos de inovação para a cidade, e onde consegui entender profundamente práticas da colaboração, que resultou na minha pesquisa de Mestrado, onde propus um modelo de "como a gente colabora para gerar colaboração". Lidero o projeto Visionários da Cidade, uma plataforma que impulsiona novos negócios oriundos de jovens das periferias do Brasil. Faço parte da atual gestão (19-21) da APDesignRS (Associação dos Profissionais de Design).





### **Luiz Salomão Ribas Gomez, Dr.**

Possuo graduação em design PUC-PR (1990), especialização em Metodologia da Pesquisa FCHSC (1993), Mestrado em Engenharia da Produção UFSC (2000), Doutorado em Engenharia da Produção - Gestão do Design UFSC (2005), Pós Doutorado em Branding IADE Creative University (Lisboa - 2009), Doutorado em Engenharia e Gestão Industrial (validação) UBI (Covilhã - 2011), Pós Doutorado em Design e Inovação Saxion University (Enschede - 2017). Desenhista Técnico Mecânico e Torneiro Mecânico SENAI (1988). Professor: de ensino técnico e tecnológico da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (1992 - 1997); universitário na Universidade do Estado de Santa Catarina (1997 - 2000); universitário da Universidade do Vale do Itajaí (1998 - 2006); universitário da Universidade do Oeste de Santa Catarina (1999 - 2010); universitário das Faculdades SENAC-SC (2000 - 2015); universitário da IADE-U Creative University (Portugal 2009 - 2016); universitário da Universidade da Beira Interior (Portugal 2011 - 2016); universitário do Instituto Português de Administração e Marketing (Portugal 2013 - 2015); Associado da Universidade Federal de Santa Catarina (2006 - atualmente) e em vários cursos de especialização e MBAs em todo Brasil e no exterior. Consultor em branding e inovação. Fui coordenador do Laboratório de Orientação da Gênese Organizacional - UFSC - CNPq, Fui coordenador do Projeto Centro Sapiens de revitalização do centro histórico leste de Florianópolis apoiado nas ações da Indústria Criativa, sou Co-coordenador da rede PRONTO 3D de FabLabs de Santa Catarina. Sou Editor da revista científica e-Revista LOGO (ISSN 2238-2542). Coordeno a rede Cocreation Lab de pré-incubadoras de inovação e Economia Criativa.

Tenho experiência em Gestão de Design e Inovação, em implantação de projeto de branding e em gestão de P&D. Sou pesquisador das áreas de Design, Tendências e Inovação com mais de 250 artigos publicados nos últimos 10 anos.

### **Guto Niche, Dr.**

Doutor e Mestre em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da PUCRS. É Gerente de DHO da SUMMIT - TRIS & ARTTOOLS. Líder de Grupo de Educadores Google Canoas (Google for Education). Possui formação e experiência internacional Madrid e Barcelona (Espanha) certificação em Liderazgo del Siglo XXI: Capacitador-Líder Coach y En Red-Abierto (La Salle Business School Madrid) & Gestión de la Innovación y el Emprendimiento para la Competitividad Empresarial (Universitat Ramon Llull - La Salle Business School Barcelona). É pesquisador do Grupo de Estudos e Pesquisas do Mal e Bem-Estar na Docência, vinculado ao PPGEDU da PUCRS. Foi Coordenador de Pós-Graduação, Lato Sensu, no Senac-RS (mantenedora). Consultor do Hospital Ernesto Dornelles no Projeto de Inovação em parceria com a PUCRS e TECNOPUC. Atualmente é, também, professor de Pós-Graduação em MBAs e Especializações em diversas instituições de Educação Superior brasileiras e internacionais.



### **Felipe Kanarek Brunel, Me.**

Mestre em design pelo PPG de Design da Universidade do Vale dos Sinos - UNISINOS, campus Porto Alegre. É graduado bacharel em Artes Visuais pela Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC), especialista em Gestão de Design com estudo realizado sobre Design para Sustentabilidade na UFSC. Atua como professor universitário a mais de 7 anos. Atualmente é professor na Faculdade SATC nos cursos de Design e Administração. Foi professor substituto no curso de Design na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) em 2019. Atua ainda como consultor de design estratégico pela PROA. Além da carreira acadêmica, tem mais de 10 anos de experiência profissional em design, principalmente em design de produtos de moda, design de superfícies, direção de estilo e coordenação de equipes de design, conquistados dentro da empresa Mafferson Ltda, coordenando a marca Dopping de moda Jeanswear. Atua como produtor cultural e é um dos fundadores e articuladores do Coletivo Murro, que produziu dezenas de eventos culturais na cidade de Criciúma, mais ativamente entre os anos de 2013 e 2017. Faz parte do grupo de pesquisa Seeding Lab (UNISINOS) e tem como principais temas de pesquisa a relação entre o design estratégico, design especulativo, metadesign, ecossistemas criativos e inovação social.

### **Victor Ferro Mazzuco, Esp.**

Sou Engenheiro Mecânico dedicado a entender o mundo de finanças, atuo na análise e estruturação de novos negócios. Atualmente curso MBA em Gestão Financeira pela FGV para aperfeiçoar meus resultados. Conciliando engenharia e finanças, desenho estratégias, projeções e cenários efetuando análises horizontais. Sou gestor de uma incubadora de Startups e oriento 14 empresas na análise de negócios e mercado, além de dar suporte à direção da instituição na estruturação e implantação de novos produtos e serviços, principalmente voltados a tecnologia e inovação. Em meu tempo vago sou investidor do mercado financeiro e entusiasta de economia. Gosto de estruturar análises e montar estratégias utilizando meus conhecimentos para a manutenção e crescimento do meu patrimônio. Durante minha graduação fui cofundador de dois grandes projetos e, atuei principalmente com as diretrizes e execução das tarefas necessárias para alcançar os objetivos estabelecidos, sendo responsável por formar a equipe em ambos os projetos e auxiliá-los no crescimento intelectual e pessoal. Morei um período em Changzhou na China e trabalhei em uma multinacional, no setor de P&D. Esta experiência foi crucial para autoconhecimento e crescimento profissional.



### **Diego Piovesan, Dr.**

Diego Piovesan Medeiros é Formado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (Unisul), Mestre em Design (UFRGS) e Doutor em Design (UFSC). Professor e Pesquisador nos cursos de Design e Comunicação na Faculdade Satc em Criciúma/SC. Consultor Estratégico e Criativo na Metoludi atuando na construção de ferramentas criativas para inovação e gestão de marcas.

### **Daniel Padilha, Dr.**

Consultor e estrategista de marca para startups e empresas emergentes. Especialista em conectar marcas e pessoas em projetos transdisciplinares. Idealizador do The Ugly Lab – Laboratório de Inovação e Aprendizagem. Possui especialidade em criação, estratégia, gestão de marcas e educação. Co-produz e trabalha ativamente com novas metodologias e ferramentas para facilitar a autonomia do Branding em aceleradoras e incubadoras pelo Brasil. Tem atuado no desenvolvimento de novos modelos de negócios que unem inovação, tendências e futurismo. É MBA em Branding pela Faculdade Integrada Rio Branco e bacharel em Design com ênfase em Design Digital pelo Centro Universitário Ibero-Americano.

### **Joanna Búrigo, Me.**

Joanna Burigo é fundadora da Casa da Mãe Joanna – Comunicação e Educação Feminista sobre Gênero. Atuou no mercado de publicidade e marketing no Brasil e no Reino Unido, onde também trabalhou como professora. Cofundadora do Guerreiras Project e Gender Hub, e coordenadora pedagógica da Emancipa Mulher, vem se dedicando a projetos feministas desde que completou seu mestrado em Gênero Mídia e Cultura pela London School of Economics. Joanna também edita e organiza livros pela Editora Zouk. Seus textos podem ser encontrados em Carta Capital, The Intercept Brasil e HuffPost, entre outros.

### **Gutemberg Alves Geraldês Jr, Dr.**

Possui Doutorado em Ciências da Linguagem, pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL-2014); Mestrado em Ciências da Linguagem pela Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL-2007); Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Tiradentes (UNIT-2002). Atua na área de Marketing e Projetos Publicitários e Culturais. É professor titular da UNISATC, onde coordena o Curso de Publicidade e Propaganda. Orienta pesquisas nas áreas de literatura, artes visuais, estética e mídias. Participa do Grupo de Pesquisa: "Linguagem, Estética e processos culturais" (UNISUL); Projeto de Pesquisa: "Identidades e Migrações" (UNISUL) e do Grupo de Estudo em Comunicação e Design - GECED (UNISATC).



## Informações Gerais

**Início:** Previsto para 17 de maio de 2021

**Horário das aulas:** As aulas acontecem de forma intensiva nas segundas, terças e quartas-feiras entre 18h30 e 22h30, com intervalos semanais entre diferentes disciplinas. Todo o percurso do curso pode ser realizado em 12 meses.

### Política de descontos:

*10% de desconto para colaboradores das empresas com Termo de Parceria.*

*25% de descontos para funcionários*

*E mais: para pagamentos antecipados até 30/04/21, você ganha um desconto de 10% no primeiro boleto.*

### Descontos para ex-alunos SATC:

*10% de desconto para quem fez graduação na UNISATC.*

*15% de desconto para quem fez graduação e ensino médio e/ou técnico na SATC.*

*20% de desconto para quem fez graduação, ensino médio e/ou técnico e ensino fundamental.*

- Os descontos não são cumulativos.

- Os descontos são aplicáveis independentemente do parcelamento escolhido.

### Documentos para matrícula:

Diploma da graduação;

Histórico da graduação;

Comprovante de residência;

Carteira de identidade;

CPF.

### Local das aulas:

UniSATC, Criciúma, Santa Catarina

### Informações:

Rua Pascoal, R. Imigrante Meller, 73 - Bairro - Universitário, Criciúma - SC, 88805-380

Telefones: (48) 3431-7693 | (48) 3431-7688 - WhatsApp Business

E-mail: comercial@satc.edu.br