



FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

202399102 - Empreendedorismo Social

Tipo

Optativa

Ano lectivo

2023/24

Curso

Lic Design
Lic Design de Moda

Ciclo de estudos

1º

Créditos

3.00 ECTS

Idiomas

Português ,Inglês

Periodicidade

semestral

Pré requisitos

Ano Curricular / Semestre

Área Disciplinar

Design

Horas de contacto (semanais)

Teóricas	Práticas	Teórico práticas	Laboratoriais	Seminários	Tutoriais	Outras	Total
0.00	0.00	2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2.00

Total Horas da UC (Semestrais)

Total Horas de Contacto
28.00

Horas totais de Trabalho
75.00

Docente responsável (nome / carga lectiva semanal)

Ana Graziela Cardoso Rodrigues de Sousa

Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

Ana Graziela Cardoso Rodrigues de Sousa 1.00 horas
Maria Inês Costa da Veiga 1.00 horas

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes)

Reconhecer o Design como modo de pesquisa e intervenção de social dentro e fora do campo da Moda
Compreender o papel social do Design, o seu impacto e contributo nos desafios do século XXI.

Atuar como designer social / designer cidadão além do campo estético e autoral.
Sensibilizar e reconhecer a importância de co-criar com diferentes grupos e indivíduos.
Desenvolver processos de co-criação e/ou de intervenção social assentes na aplicação de métodos de design social em contextos específicos.
Compreender o papel da moda e das actividades de manufactura como ferramentas de trabalho junto de comunidades.

Conteúdos Programáticos / Programa

1. Conceitos de Empreendedorismo Social e Design Social.
2. Os princípios do Design de Transformação e a sua articulação no projeto de design para o desenvolvimento de respostas a desafios sociais e culturais específicos, consentâneas com as realidades concretas.
3. Conceitos de Design para Inovação Social, Design Participativo e Colaborativo e Co-criação.
4. Etapas do processo de design social e reconhecimento da diversidade e especificidade de métodos e ferramentas de pesquisa e definição de problemas e de participação e co-criação de soluções.
5. As dimensões de marketing, de gestão, da psicologia e da antropologia que concorrem para uma boa prática de design de transformação;
6. Casos de Estudo nacionais e internacionais (com enfoque no empreendedorismo, design social e atividades ligadas à moda).

Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular

Os conteúdos programáticos têm como objetivo munir os discentes de ferramentas conceptuais e práticas para compreender e empreender processos críticos de pesquisa e intervenção social. Neste sentido, como futuros atores no contexto do Design de Moda, é importante que estes compreendam que podem ter um papel no contexto social que vai para além da criação e comercialização de produtos. O reconhecimento de boas práticas e a aproximação a contextos de atuação na prática, permitirá que apliquem os conhecimentos adquiridos e desenhem/implementem projetos com impacto social.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Serão utilizados diferentes modelos de ensino-aprendizagem como aulas teóricas lecionadas pelas docentes, cedência de textos e exemplos de referência para análise e discussão e participação de profissionais da área. Serão aplicadas metodologias de aprendizagem com base na experiência através de visitas de estudo a casos exemplares e/ou parcerias que permitirão desenvolver competências ligadas ao design participativo, através da aplicação de métodos e ferramentas de pesquisa e co-criação em contextos reais.

A avaliação é contínua valorizando-se a assiduidade e participação dos estudantes. Serão levados a cabo dois projectos teórico-práticos, colaborativos e individuais. A distribuição quantitativa da avaliação será feita da seguinte forma: 80% trabalhos teórico-práticos; 20% assiduidade e participação. Será feita uma prova de conhecimentos aos alunos cujo aproveitamento em avaliação contínua for negativo, portanto, o Exame da UC em época normal consiste na realização de uma prova escrita / trabalho equivalente aos realizados no semestre, de aferição de conhecimentos. O Exame da UC em época de Recurso ou Melhoria, consiste na apresentação de

todos os trabalhos desenvolvidos no semestre, completos e melhorados.
Os critérios de avaliação da UC serão disponibilizados no primeiro dia de aulas juntamente com o programa da UC.

Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objectivos de aprendizagem da unidade curricular

As metodologias de ensino aplicadas irão capacitar os estudantes para que possam desenhar, criar e implementar projectos de impacto social, compreendendo como a moda e as actividades a esta associadas podem ser usadas como catalisadoras junto de diferentes comunidades. Os conhecimentos teóricos e o estudo de casos reais permitirá o reconhecimento da importância crescente do empreendedorismo social e do papel do designer para além do seu perfil autoral.

Bibliografia Principal

Amatullo, M., Boyer, B., May, J., Shea, A., eds., (2022). *Design for Social Innovation: Case Studies around the world*. Sappi, ideas that matter.
Burns, C., Cottam, H., Vanstone, C., Winhall, J., (2006). *RED Paper 02: Transformation Design*. Design Council.
Corner, F. (2014). *Why Fashion Matters*. Thames and Hudson Ltd.
Manzini, E. (2015). *Design, when everybody Designs*. The MIT Press.
Resnick, E., eds., (2019). *The Social Design Reader*. Bloomsbury.

Bibliografia Complementar

Brown, T., 2009. *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. HarperCollins.
Mycoskie, B. (2012). *Start Something That Matters*. Random House.



CURRICULAR UNIT FORM

Curricular Unit Name

202399102 - Social Entrepreneurship

Type

Elective

Academic year

2023/24

Degree

B. Design
B. Fashion Design

Cycle of studies

1

Unit credits

3.00 ECTS

Lecture language

Portuguese ,English

Periodicity

semester

Prerequisites

Year of study/ Semester

Scientific area

Design

Contact hours (weekly)

Tehoretical	Practical	Theoretical-practicals	Laboratory	Seminars	Tutorial	Other	Total
0.00	0.00	2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2.00

Total CU hours (semester)

Total Contact Hours
28.00

Total workload
75.00

Responsible teacher (name /weekly teaching load)

Ana Graziela Cardoso Rodrigues de Sousa

Other teaching staff (name /weekly teaching load)

Ana Graziela Cardoso Rodrigues de Sousa 1.00 horas

Maria Inês Costa da Veiga 1.00 horas

Learning objectives (knowledge, skills and competences to be developed by students)

Recognize the Design discipline as a means of research and social intervention inside and outside the field of Fashion.

Understand the social role of Design, its impact and contribution to the challenges of the 21st century.

Act as a social designer / citizen designer beyond the aesthetic and authorial field.

Raise awareness and recognize the importance of co-creating with different groups and individuals.

Develop processes of co-creation and/or social intervention based on the application of social design methods in specific contexts.

Understand the role of fashion and manufacturing activities as tools for working with communities.

Syllabus

1. Concepts of Social Entrepreneurship and Social Design.

2. The principles of Transformation Design and their articulation in the design project for the development of responses to specific social and cultural challenges, consistent with concrete realities.

3. Design Concepts for Social Innovation, Participatory and Collaborative Design and Co-creation.

4 Stages of the social design process and recognition of the diversity and specificity of research methods and tools, problem definition and participation and co-creation of solutions.

5. The dimensions of marketing, management, psychology and anthropology that contribute to a good transformation design practice;

6. National and international case studies (with a focus on entrepreneurship, social design and activities related to fashion).

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

The syllabus aims to provide students with conceptual and practical tools to understand and undertake critical processes of research and social intervention.

In this sense, as future actors in the context of Fashion Design, it is important that they understand that they can play a role in the social context that goes beyond the creation and commercialization of products. The recognition of good practices and the approximation to contexts of action in practice will allow them to apply the acquired knowledge and design/implement projects with social impact.

Teaching methodologies (including evaluation)

Different teaching-learning models will be used, such as theoretical classes taught by the teachers, provision of texts and reference examples for analysis/discussion and participation of professionals in this field of knowledge. Experience-based learning methodologies will be applied through visits to exemplary cases and/or partnerships that will allow the development of competences related to participatory design, through the application of research and co-creation methods and tools in real contexts.

Assessment is continuous, valuing student attendance and participation. Two theoretical-practical, collaborative and individual projects will be carried out. The quantitative distribution of the evaluation will be done as follows: 80% theoretical-practical work; 20% attendance and participation. A test will be given to students whose performance in continuous assessment is negative, therefore, the subject's Exam in normal season consists of carrying out a written test/work equivalent to those carried out in the semester, to assess knowledge' acquisition. The subject's Exam at the Appeal or Improvement season, consists of the presentation of all works developed in the semester, complete and improved.

The subject's evaluation criteria will be made available on the first day of classes together with

the program.

Demonstration of the coherence between the Teaching methodologies and the learning outcomes

Applied teaching methodologies will enable students to design, create and implement social impact projects, understanding how fashion and activities associated with it can be used as catalysts in different communities. The theoretical knowledge and the study of practical cases will allow the recognition of the growing importance of social entrepreneurship and the role of the designer beyond his authorial profile.

Main Bibliography

Amatullo, M., Boyer, B., May, J., Shea, A., eds., (2022). *Design for Social Innovation: Case Studies around the world*. Sappi, ideas that matter.
Burns, C., Cottam, H., Vanstone, C., Winhall, J., (2006). *RED Paper 02: Transformation Design*. Design Council.Corner, F. (2014). *Why Fashion Matters*. Thames and Hudson Ltd.
Manzini, E. (2015). *Design, when everybody Designs*. The MIT Press.
Resnick, E., eds., (2019). *The Social Design Reader*. Bloomsbury.

Additional Bibliography

Brown, T., 2009. *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. HarperCollins.
Mycoskie, B. (2012). *Start Something That Matters*. Random House.