



FICHA DE UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular

202499104 - Design de Serviços

Tipo

Optativa

Ano lectivo

2025/26

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)

Maria Inês Costa da Veiga

Outros Docentes (nome / carga lectiva semanal)

Maria Inês Costa da Veiga 2.00 horas

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

Os objetivos desta unidade são:

- Pesquisar, analisar e interpretar os serviços com princípios cívicos, públicos e sociais;
- Reconhecer e fazer uso de ferramentas e métodos próprios do Design de Serviços para analisar, pensar e intervir para/em serviços, considerando a qualidade

das relações, *touchpoints* e interações num serviço.

- Gerar visões multimédia, claras, compreensíveis e partilháveis de questões complexas e formas sociais.

Conteúdos Programáticos / Programa

1. Os Serviços:

1.1 Definição e características.

1.2 Economia e cultura dos serviços

1.3 Serviços cívicos, públicos e sociais

1.5 Dinâmicas colaborativas e transdisciplinares dos serviços *human-centered*, *community-centered*, *life-centered* e *biocentrism*

2. Design de e para serviços

2.1 Abordagem do Design para os serviços: evidenciação; sequenciação; visão holística, plataformas habilitantes.

2.2 Pesquisa etnográfica e participativa no diagnóstico e compreensão de problemas complexos

2.3 Visionamento: o pensamento estratégico no design de serviços.

2.4 Comunicação clara, compreensível e partilhável

2.3 Gestão de processos e organizações e medir impacto

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

Pretende-se com esta UC dotar os discentes de conhecimentos e ferramentas do Design para Serviços que permitem alargar possibilidades de intervenção no âmbito do projeto de design. Deste modo, adota-se uma abordagem social e transdisciplinar ao design de serviços através de conteúdos programáticos fundamentais para fazer sentido de ("sense making") e saber projetar serviços, enquanto processos e soluções integradas com as demais disciplinas do design, e, sobretudo, consentâneas com realidades complexas e pluriversais em constante mudança.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Articula teoria com uma abordagem prática aos conteúdos, através de um exercício que decorre em todo o semestre com uma componente em grupo e outra individual. O exercício segue uma metodologia baseada na pesquisa, análise, e design a partir serviços existentes. O exercício de cariz especulativo compreende o ensaio prático de métodos e ferramentas do projeto de serviços, entrelaçados com a comunicação multimédia de resultados em todas as etapas. A Avaliação é contínua, com ênfase no nível de empenho e participação na realização (em grupo e individual) do exercício. São critérios de avaliação: cumprimento dos prazos, demonstração de aquisição de competências respetivas, nível de dedicação e qualidade do processo, rigor e uso responsável das ferramentas, e qualidade do discurso em cada etapa. A avaliação dos resultados obtidos intermédios e globais é feita pelos pares, norteadora por critérios do próprio design de serviços.

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

O desenvolvimento de um exercício que compreende a pesquisa, análise e design a partir de serviços existentes permite sedimentar a teoria em realidades concretas, servindo como referencial para o projeto de serviços em contextos diversos e em complemento com as áreas do design de produto, interação, comunicação e moda. Reconhecer e fazer uso de ferramentas e métodos próprios do design de serviços, permite ainda desenvolver criatividade e literacia para a complexidade (ao capacitar os discentes

para visualizar a intangibilidade dos serviços), desenvolver capacidades de pesquisa, e ainda conhecer fundamentos de gestão de processos e avaliação de impacto. Os momentos de avaliação são também momentos de aprendizagem em torno do saber reconhecer a qualidade e natureza dos serviços.

Bibliografia Principal

Brand, W. (2017). *Visual Thinking: Empowering People and Organisations through Visual Collaboration*. Laurence King Publishing

Meroni, A. e Sangiorgi, D., (2011). *Design for Services*. Gower.

Penin, L. (2018). *An Introduction to Service Design: Designing the Invisible*. Bloomsbury Publishing.

Sangiorgi, D. e Prendiville, A. (2017). *Designing for Service: Key Issues and New Directions*. Bloomsbury.

Stickdorn, M. e Schneider J., (2010). *This is Service Design Thinking*. BIS Publishers

Stickdorn, M., Hormess, M., Lawrence, A. e Schneider J. (eds.) (2018). *This is service design doing*. O'Reilly.

Bibliografia Complementar

Cottam, H. (2021). *Radical Help: How we can remake the relationships between us and revolutionise the welfare state*. Virago.

Jégou, F. e Manzini, E. (2009). *Collaborative Services: Social Innovation and Design for sustainability*. Edizioni Poli.Design.

Junginger, S., & Sangiorgi, D. (2009). Service design and organizational change: Bridging the gap between rigour and relevance. In *Proceedings IASDR 2009 International Conference, Design | rigor & relevance*, 18-22 October 2009, Seoul, Korea (pp. 4339-4348).

Koskinen, I., (2023). *Design, empathy, interpretation: toward interpretive design research*. The MIT Press.

Manzini, E. (2017). Designing coalitions: Design for social forms in a fluid world. *Strategic Design Research Journal*, 10(2):187-193. doi: 10.4013/sdrj.2017.102.12

Mazzarella, F., Mitchell, V., & Escobar-Tello, C. (2017). Crafting sustainable futures: The value of the service designer in activating meaningful social innovation from within textile artisan communities. *The Design Journal*, 20(1). <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352803>

Tromp, N., Vial, S. (2023). Five components of social design: A unified framework to support research and practice, *The Design Journal*, 26(2): 210-228 doi: 10.1080/14606925.2022.2088098



CURRICULAR UNIT FORM

Curricular Unit Name

202499104 - Services Design

Type

Elective

Academic year

2025/26

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)

Maria Inês Costa da Veiga

Other teaching staff (name /weekly teaching load)

Maria Inês Costa da Veiga 2.00 horas

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

The goals of this unit are to:

- research, analyze and interpret services with civic, public and social principles.
- recognize and make use of tools from Service Design to be able to analyse, think and intervene for/in services, considering the quality of relationships, touchpoints and interactions in a service.
- Generate multimedia, clear, understandable and shareable visions of complex issues and social forms.

Syllabus

1. Services:

1.1 Definition and characteristics.

1.2 Economy and culture of services

1.3 Civic, public and social services

1.5 Collaborative and transdisciplinary dynamics of human-centred, community-centred, life-centred and biocentred services

2. Design of and for services

2.1 Design approach to services: evidencing; sequencing; holistic vision, enabling platforms.

2.2 Ethnographic and participatory research in the diagnosis and understanding of complex problems

2.3 Visioning: strategic thinking in service design.

2.4 Clear, understandable and shareable communication

2.3 Managing processes and organisations and measuring impact

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

The aim of this course is to provide students with Design for Services knowledge and tools that allow them to expand the scope of intervention within Design. In this way, a social and transdisciplinary approach to service design is adopted, through fundamental concepts and approaches for making sense of ("sense making") and knowing how to design services, as processes and solutions that are integrated with other design disciplines and, above all, in line with contemporary complex and plural realities.

Teaching methodologies (including evaluation)

The unit combines theory with a practical approach to the content, through an exercise that takes place throughout the semester with a group and an individual component. The exercise follows a methodology based on research, analysis and design based on existing services. The exercise is speculative and comprises practical use of service design methods and tools, interwoven with multimedia communication of results at all stages. Assessment is continuous, with emphasis on the level of commitment and participation in the exercise. Assessment criteria are: meeting deadlines, demonstrating the acquisition of the relevant skills, level of dedication and quality of the process, rigour and responsible use of the tools, and quality of speech at each stage. Intermediate and global results of the process are assessed by peers, guided by the service design criteria.

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

The development of an exercise comprising research, analysis and design based on existing services enables theory to be grounded in concrete realities, serving as a reference for the design of services in different contexts while complementing the areas of product, interaction, communication and fashion design. Recognising and making use of tools and methods specific to service design also allows for the development of creativity and literacy for complexity (by enabling students to visualise the intangibility of services), the development of research skills, as

well as knowledge of the fundamentals of process management and impact assessment. The evaluation moments are also learning moments around knowing how to recognise the quality and nature of services.

Main Bibliography

Brand, W. (2017). *Visual Thinking: Empowering People and Organisations through Visual Collaboration*. Laurence King Publishing

Meroni, A. e Sangiorgi, D., (2011). *Design for Services*. Gower.

Penin, L. (2018). *An Introduction to Service Design: Designing the Invisible*. Bloomsbury Publishing.

Sangiorgi, D. e Prendiville, A. (2017). *Designing for Service: Key Issues and New Directions*. Bloomsbury.

Stickdorn, M. e Schneider J., (2010). *This is Service Design Thinking*. BIS Publishers

Stickdorn, M., Hormess, M., Lawrence, A. e Schneider J. (eds.) (2018). *This is service design doing*. O'Reilly.

Additional Bibliography

Cottam, H. (2021). *Radical Help: How we can remake the relationships between us and revolutionise the welfare state*. Virago.

Jégou, F. e Manzini, E. (2009). *Collaborative Services: Social Innovation and Design for sustainability*. Edizioni Poli.Design.

Junginger, S., & Sangiorgi, D. (2009). Service design and organizational change: Bridging the gap between rigour and relevance. In *Proceedings IASDR 2009 International Conference, Design | rigor & relevance*, 18-22 October 2009, Seoul, Korea (pp. 4339-4348).

Koskinen, I., (2023). *Design, empathy, interpretation: toward interpretive design research*. The MIT Press.

Manzini, E. (2017). Designing coalitions: Design for social forms in a fluid world. *Strategic Design Research Journal*, 10(2):187-193. doi: 10.4013/sdrj.2017.102.12

Mazzarella, F., Mitchell, V., & Escobar-Tello, C. (2017). Crafting sustainable futures: The value of the service designer in activating meaningful social innovation from within textile artisan communities. *The Design Journal*, 20(1). <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352803>

Tromp, N., Vial, S. (2023). Five components of social design: A unified framework to support research and practice, *The Design Journal*, 26(2): 210-228 doi: 10.1080/14606925.2022.2088098