S4MKT537
MARKETING & DESIGN

Nombre de crédits : 2
Enseignants :

DESCRIPTION DU COURS

Découverte du design à partir d'une brève chronologie et panorama des différentes pratiques des métiers du design.

Sensibilisation aux méthodologies et à la mise en place d'une démarche Design dans l'entreprise. Interaction des disciplines design et marketing dans un processus d'innovation. La dimension stratégique du design dans l'entreprise.

OBJECTIF DU COURS

Comprendre l'intérêt de la démarche design.

Sensibilisation aux métiers et aux pratiques de la discipline pour aborder de potentielles collaborations avec des designers.

Participer à la mise en place une démarche design dans l'entreprise et initier un projet

Définition des besoins et traduction en objectifs. Formulation d'un brief projet intégrant la démarche design.

COMPÉTENCES VISÉES PAR LE COURS

CONCEPTS ENSEIGNÉS

Processus d'innovation autour d'une démarche centrée utilisateur

Créativité et valeur ajoutée

Les groupes de valeurs : usage, identité, technique

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Temps 1 : Historique et théorie du design, pratiques des métiers, démarche design

Temps 2 : TD

TRAVAIL ATTENDU

Dossier de groupe qui s'articule autour d'une étude de cas

BIBLIOGRAPHIE

Danielle Quarante. **Eléments de design industriel,** Paris, nouvelle édition Polytechnica Economica, 2001 (3e édition)

Jean-Charles Gaté et Jean-Pierre Vitrac. **Design : La stratégie produit,** Paris, Eyrolles, 1993

Victor Papanek. **Design pour un monde réel,** Paris, Mercure de France, 1974

Raymond Guidot. **Histoire du design 1940-2000,** Paris, éd. Hazan, 2000

Jocelyn de Noblet. **Design, le geste et le compas,** Paris, Somogy, 1988

MÉTHODE D'ÉVALUATION

100 % : Dossier

SÉANCES

1 COURS : 03h00

2

COURS : 03h00

3

COURS : 03h00

4

COURS : 03h00

5

COURS : 03h00

6

COURS : 03h00