



PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO
Pós-Graduação *Lato Sensu*
Gestão de produto

Sumário

1.	Nome do Curso e Área do Conhecimento.....	3
2.	Características Técnicas do Curso	3
3.	Público-alvo	3
4.	Critérios de Seleção.....	4
5.	Justificativa do Curso.....	4
6.	Objetivos do Curso	5
7.	Competências e Habilidades do Egresso.....	5
8.	Metodologia de Ensino e Aprendizagem	6
	Composição do Corpo Docente	9
9.	Estágio Não Obrigatório	9
10.	Matriz Curricular	10
11.	Carga Horária.....	11
1.	Conteúdo programático	11
12.	Infraestrutura Física e Pedagógica	24

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

Nome do Curso: Gestão de produto

Área de Avaliação (CAPES): INTERDISCIPLINAR

Grande Área (CAPES): 90000005 MULTIDISCIPLINAR

Área do Conhecimento (CAPES): 90100000 INTERDISCIPLINAR

Classificação OCDE: Negócios, administração e direito

2. Características Técnicas do Curso

Modalidade: Educação a Distância

Número máximo de vagas por Polo/Unidade: 1000 alunos

Período de Oferecimento: O curso possui entrada intermitente, respeitadas as datas de início e de fim cadastradas na oferta, bem como observado o período indicado para a sua integralização.

Limitações legais

Resolução CNE/CES Nº 1, de 06 de abril de 2018, que estabelece normas para o funcionamento de cursos de pós-graduação lato sensu.

O candidato deverá ser graduado com diploma devidamente registrado segundo as normas estabelecidas pelo MEC.

3. Público-alvo

Profissionais portadores de diploma de graduação – bacharelado, tecnólogo – que desejem habilitar-se para atuarem como gerentes de produtos capazes de fomentar a cultura ágil, a melhoria contínua e a redução de custos.

4. Critérios de Seleção

O ingresso na pós-graduação será realizado por meio de inscrição no portal da Instituição e entrega dos documentos solicitados. Em seguida, analisados pela área competente.

5. Justificativa do Curso

Face ao processo de globalização e aumento da competitividade característico do mundo contemporâneo, novas modalidades produtivas têm sido engendradas de modo a atenderem as demandas de um cenário complexo, volátil, ambíguo e incerto.

O acirramento da competição mercadológica, bem como novas possibilidades decorrentes de cadeias logísticas complexas, processos digitais e inovação criam possibilidades e desafios profissionais crescentes, em especial no contexto nacional.

A concepção, desenho, gestão e oferta de produtos deve ser norteadas pela perspectiva do consumidor e suportadas por métodos ágeis e flexíveis que se contrapõem a gestão produtiva tradicional.

A necessidade de capacitação profissional que objetive a capacitação de um gerente de produto que seja ao mesmo tempo vetor de fomento da cultura ágil focada no cliente associada a necessidade constante de revisão de processos com fins de redução de custos e melhoria contínua demanda um profissional que possua visão gerencial, capacidade administrativa e ferramental de gestão, capaz de elevar o potencial competitivo da nação.

6. Objetivos do Curso

6.1. Objetivo Geral

- Capacitar profissionais para atuarem como gerentes de produto aptos a conceberem e gerenciarem todo o processo produtivo à luz de uma cultura ágil.

6.2. Objetivos Específicos

- Desenvolver conhecimentos, habilidades, atitudes e valores pertinentes a prática da gestão.
- Estimular a prática empreendedora e os processos de melhoria contínua.
- Fomentar uma mentalidade gestora baseada na estratégia.
- Municar de visão processual e sistêmica das organizações e métodos produtivos.
- Capacitar o aluno a gerir equipes multidisciplinares.

7. Competências e Habilidades do Egresso

Competências

- Gerir equipes multidisciplinares de desenvolvimento de produto com empatia e liderança, de modo a criar sinergia produtiva nos seus subordinados.
- Trabalhar a cultura empresarial com fins de divulgar a cultura ágil e a lógica produtiva do design, para ser elemento de transformação empresarial.

- Ser Capaz de conceber e aplicar práticas produtivas voltada para a experiência do usuário (UX) baseadas no design thinking de modo a instigar a inovação.
- Ter a habilidade de conceber, sistematizar e implantar práticas produtivas baseadas na gestão minimalista de modo a estimular a melhoria dos processos.
- Orientar e gerir processos de revisão de práticas produtivas com base nas melhores práticas em análise de negócios.

Habilidades

- Capacidade de aplicar o Business Model Canvas em processos estratégicos.
- Utilizar a metodologia Sprint no desenvolvimento de produtos ou serviços.
- Identificar as melhores práticas em análises de negócios.
- Atuação na função de Product Owner.
- Avaliar a viabilidade de um negócio e ser capaz de criar um MVP.
- Conhecer os fundamentos de design de produto.
- Implantar, executar e acompanhar OKRs.

8. Metodologia de Ensino e Aprendizagem

O desenvolvimento das disciplinas do curso se dará no ambiente virtual, onde o aluno cumprirá 40 horas por disciplina.

Estas 40 horas são compostas pelo estudo dos diversos insumos pedagógicos disponibilizados, como:

- ✓ materiais de leitura;

- ✓ videoaulas;
- ✓ slides;
- ✓ podcasts;
- ✓ indicações de leituras extras como artigos e capítulos de livros.

Como parte do modelo acadêmico, também contabilizamos:

- ✓ a interação com os tutores para esclarecimentos de dúvidas pedagógicas (via Fórum);
- ✓ a realização da avaliação disciplinar pelo aluno.

Vale ressaltar que cada aluno é único e tem seu próprio tempo para aprendizagem. Alguns conseguem assimilar o conteúdo com mais agilidade, outros precisam retomar as leituras e videoaulas para tornar sua aprendizagem efetiva.

O tempo gasto pelo aluno para o entendimento de cada disciplina depende também da sua familiaridade com o tema, ou seja, o conhecimento prévio que o aluno tem em relação a temática abordada.

No ambiente virtual, o aluno encontrará o conteúdo das disciplinas, organizados em temas/webaulas.

Para cada um deles, o aluno realizará um conjunto de atividades baseadas em leitura de textos de fundamentação teórica e acesso a recursos audiovisuais.

Um tutor apoiará as atividades realizadas no ambiente virtual, atendendo o aluno nas suas dúvidas por meio de ferramentas de comunicação.

O aluno, ao iniciar os seus estudos, terá um encontro presencial para acolhida/ambientação; esse encontro terá como objetivos:

- ✓ Integrar o aluno ao curso de Pós-Graduação.
- ✓ Dialogar e esclarecer as dúvidas sobre a proposta pedagógica do curso e as regras acadêmicas.
- ✓ Apresentar ao aluno o Ambiente Virtual de Aprendizagem (o primeiro acesso; o envio de documentos; os serviços de secretaria e financeiro; a disciplina Ambientação; a tutoria online; o boletim

acadêmico; as disciplinas e seus conteúdos; a biblioteca virtual; entre outros).

- ✓ Proporcionar um momento de Network aos pós-graduandos.

Avaliação do Desempenho do Aluno

O aluno deverá realizar as atividades propostas no ambiente virtual. A realização das atividades irá compor sua frequência no curso, que será considerada para a sua aprovação.

A atividade avaliativa que o aluno realizará para compor a sua média é a Avaliação Virtual (AV); essa atividade é obrigatória e estará disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem – AVA, conforme cronograma de seu curso.

Para a aprovação em cada uma das disciplinas, o aluno deverá obter frequência de, no mínimo, 75% (setenta e cinco por cento) e nota igual ou superior a 7,0 (sete).

As notas devem ser expressas no intervalo de 0 (zero) a 10 (dez).

O aluno que obtiver média inferior a 7,0 (sete) nas disciplinas terá direito ao Programa de Dependência e Recuperação – PDR, mediante a solicitação de requerimento e respeitando o período de jubramento do curso.

O PDR será realizado no ambiente virtual de aprendizagem, sendo que o aluno terá acesso ao conteúdo da disciplina e realizará uma Avaliação Virtual - AV, e a nota obtida substituirá a média do aluno.

Para a obtenção do **Certificado** de Pós-graduação *Lato Sensu* – especialização, o aluno deverá cumprir todas condições seguintes:

- ✓ Frequência mínima de 75% (setenta e cinco por cento) em todas as disciplinas;
- ✓ Nota igual ou superior a 7,0 (sete) em todas as disciplinas.

Certificação

O Certificado de conclusão de curso de Especialização será acompanhado por histórico escolar, em cumprimento às exigências da Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, da Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação.

Composição do Corpo Docente

O corpo docente do curso é constituído por profissionais qualificados, com comprovado saber em sua área de atuação, conforme Resolução CNE/CES nº1, de 06 de abril de 2018, sendo integrado, no mínimo, por 30% (trinta por cento) de portadores de título de pós-graduação *stricto sensu*, isto é, portadores de títulos de Mestrado e Doutorado, obtidos em programas de pós-graduação *stricto sensu* devidamente reconhecidos pelo poder público em território nacional, ou revalidados, conforme legislação vigente. Os demais docentes são certificados em nível de especialização, pós-graduação *lato sensu*, de reconhecida capacidade técnico-profissional.

9. Estágio Não Obrigatório

O estágio curricular não obrigatório tem como finalidade estimular o aluno a desenvolver atividades extracurriculares, para que possa inter-relacionar os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos durante o curso e aplicá-los na solução de problemas reais da profissão, proporcionando o desenvolvimento da análise crítica e reflexiva para os problemas socioeconômicos do país, de acordo com a Resolução de Estágio curricular não obrigatório vigente na Instituição.

Os principais objetivos da prática do estágio curricular não obrigatório são:

- I. proporcionar o exercício do aprendizado compromissado com a realidade socioeconômica-política do país;
- II. propiciar a realização de experiências de ensino e aprendizagem visando à educação profissional continuada, alicerçada no desenvolvimento de competências e habilidades e ao exercício do pensamento reflexivo e criativo; e
- II. incentivar o trabalho de pesquisa e investigação científica, visando ao desenvolvimento da ciência, da tecnologia e da cultura.

A carga horária é definida pela concedente de estágio, não podendo ultrapassar a carga horária máxima de 6 (seis) horas diárias e 30 (trinta) horas semanais, as quais podem ser realizadas em empresas públicas ou privadas, instituição de pesquisa, órgãos governamentais e não governamentais, e as próprias unidades da Universidade, desde que sigam às condições adequadas para que o

estagiário possa aprofundar os seus conhecimentos teóricos e práticos adquiridos no curso.

Para o Curso de Pós-Graduação EAD, a prática do estágio curricular não obrigatório é permitida durante a vigência do curso, não podendo exceder em um mesmo campo de estágio o período de 2 (dois) anos.

Os estágios curriculares não obrigatórios devem estar apoiados em Termo de Compromisso e de comum acordo com a Instituição, devendo explicitar não somente os aspectos legais específicos, como também os aspectos educacionais e de compromisso com a realidade social.

O Planejamento do Estágio Curricular Não Obrigatório é de responsabilidade do coordenador de curso/professor orientador e também do Departamento de Estágios.

10. Matriz Curricular

DISCIPLINAS	CH PRÁTICA	CH TEÓRICA	CH TOTAL
Ambientação	0 h	0 h	0 h
Product Discovery e UX research	0 h	40 h	40 h
Design SPRINT	0 h	40 h	40 h
Análise e modelagem de negócios (BABOK/Product Owner)	0 h	40 h	40 h
Gestão minimalista: métodos ágeis, design e lean thinking	0 h	40 h	40 h
Design de produto	0 h	40 h	40 h
Engenharia de desenvolvimento de produtos	0 h	40 h	40 h
Customer Experience (CX)	0 h	40 h	40 h
Concepção de Produtos: MVP - Produto Mínimo Viável, Business Model Canvas, Personas	0 h	40 h	40 h

OKRs (objectives and key results)	0 h	40 h	40h
-----------------------------------	-----	------	-----

11. Carga Horária

A carga horária de 360h constitui o conteúdo ministrado em 9 (nove) disciplinas.

1. Conteúdo programático

Disciplina: Ambientação

Ementa: Ensino a distância: características desta modalidade de estudo. A tecnologia e o ensino à distância. Legislação do Ensino a Distância no Brasil. Aspectos relacionados ao perfil no Ensino a Distância.

Competências e Habilidades:

- Compreender a modalidade de ensino a distância.
- Identificar uma relação entre tecnologia e educação no contexto do EAD;
- Discutir elementos da legislação do ensino a distância no Brasil;
- Refletir sobre o perfil do aluno em ensino a distância.

Conteúdo Programático 1: Introdução ao Ensino a Distância.

Conteúdo Programático 2: Tecnologia e educação.

Conteúdo Programático 3: Legislação do Ensino a Distância no Brasil.

Conteúdo Programático 4: Perfil do aluno no Ensino a Distância.

Bibliografia básica:

BRASIL. Ministério da Educação. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional - Lei n. 9.394/96**. Brasília, 1996. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9394.htm. Acesso em: 6 dez. 2022.

BRASIL. Ministério da Educação. **Resolução CNE/CP n. 7, de 18 de dezembro de 2018**. Brasília, 2018. Disponível em: https://normativasconselhos.mec.gov.br/normativa/view/CNE_RES_CNECESN72018.pdf. Acesso em: 6 dez. 2022.

GIL, H. A passagem da Web 1.0 para a Web 2.0 e... Web 3.0: potenciais consequências para uma 'humanização' em contexto educativo. 2014. **Boletim informativo Cybercentro Castelo Branco**. Castelo Branco, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/2404/1/A%20passagem%20da%20Web%20Henrique.pdf>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MEYER, A. I. da S. (2022). Conceituando a Educação a Distância. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 8, n. 1, p. 590-601, [s. l.], 2022. Disponível em: <https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/3835>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VAZ, M. L. de L.; RIBEIRO, F.; COSTA, L. A. da. Os desafios da educação a distância on-line e a remotividade na nova engenharia educacional. **Brazilian Journal of Science**, v. 1, n. 4, p. 79-86. Goiás, 2022. Disponível em: <https://www.brazilianjournalofscience.com.br/revista/article/view/79>. Acesso em: 6 dez. 2022.

VIEIRA, D. M. L.; COSTA, L. A.; VAZ, M. L. L. Um novo olhar para a educação a distância. In: MACHADO, G. E.; COSTA, S. C.; SILVA, K. R. P. **Debates contemporâneos: perspectivas e reflexões atuais**. Santa Maria: Arco, 2021.

Bibliografia Complementar:

BAPTISTA, M. M. Internet: auxílio à educação. **BIBLOS - Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, v. 16, p. 37- 44, [s. l.], 2004.

Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/23717>. Acesso em: 6 dez. 2022.

MOORE, M.; KEARSLEY, G. **Educação a distância**: uma visão integrada. São Paulo: Thomson Learning, 2007.

MORAN, J. M.; MASETTO, M. T.; BEHRENS, M. A. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. 21. ed. Campinas: Papirus, 2013.

PIVA, D. J.; PUPO, R.; GAMEZ, L. et al. **EAD na prática**: planejamento, métodos e ambientes de educação on-line. São Paulo: Elsevier, 2011.

Disciplina: *Product Discovery e UX research*

Ementa: Introdução ao Product Discovery. Formulando e (in)validando hipóteses. Conhecendo seu público-alvo. Mitigando riscos. Business Model Canvas. Value Proposition Canvas. Produto mínimo viável (MVP).

Competências e Habilidades:

- Aprender técnicas de Product Discovery;
- Formular hipóteses e validar se a ideia deve ser desenvolvida;
- Conhecer seu público-alvo em busca de identificar suas dores e oportunidades de negócio;
- Mitigar riscos ao negócio;
- Estruturar o Business Model Canvas, para ter uma melhor visão do negócio;
- Estruturar o Value Proposition Canvas, para saber exatamente as “dores” e “remédios” que seu negócio atende tendo uma melhor visão da proposta de valor que será entregue ao cliente.
- Planejar o MVP da solução, visando a validação mais rápida possível da ideia e tomada de decisão do futuro do negócio

Conteúdo Programático 1: Introdução ao Product Discovery.

Conteúdo Programático 2: Formulando e (in)validando hipóteses.

Conteúdo Programático 3: Conhecendo seu público-alvo.

Conteúdo Programático 4: Mitigando riscos.

Bibliografia Básica:

- RIES, Eric. **A startup enxuta**. 1. ed. Rio de Janeiro-RJ: Editora Sextante, 2019.
- OSTERWALDER, Alexander; BERNARDA, Greg; PIGNEUR, Yves. **Value Proposition Design: Como construir proposta de valor inovadoras**. 1. ed. Rio de Janeiro-RJ: Alta Books, 2019.
- OSTERWALDER, Alexander. **Business Model Generation: Inovação em Modelos de Negócios**. 1. ed. Rio de Janeiro-RJ: Alta Books, 2011.

Bibliografia Complementar:

- CAROLI, Paulo. **Lean Inception: Como Alinhar Pessoas e Construir o Produto Certo**. 1. ed. Porto Alegre-RS: Editora Caroli, 2018.
- DORNELAS, José; BIM, Adriana; FREITAS, Gustavo; USHIKUBO, Rafaela. **Plano de negócios com o modelo canvas: Guia prático de avaliação de ideias de negócio a partir de exemplos**. 1. ed. São Paulo: LTC, 2015.

CHIARA, Andressa. **O Produto Ágil: Product Discovery: Um guia sucinto para criar um produto em um ambiente de agilidade**. 1. ed. e-book, 2018.

Disciplina: Design SPRINT

Ementa: Antes de começar PLANEJE. Depois do Design SPRINT: Lições Aprendidas. Desenvolver um Framework de aplicação no desenvolvimento de produtos ou serviços. Detalhar as 5 etapas previstas do SPRINT. Exemplo de aplicação.

Competências e habilidades:

- Assimilar o Design SPRINT.
- Gerenciar projetos de desenvolvimento, segundo Design SPRINT.
- Entender quando usar o SPRINT e como.
- Ter visão sistêmica da aplicação do SPRINT.

Conteúdo Programático 1: O *Design SPRINT*.

Conteúdo Programático 2: Principais etapas do *Design SPRINT*.

Conteúdo Programático 3: Metodologia.

Conteúdo Programático 4: *Framework* do Design SPRINT em projetos de produto e serviços.

Conteúdo Programático 5: Planejamento e Lições Aprendidas em um ciclo de Design SPRINT.

Conteúdo Programático 6: Roteiro de aplicação do Design SPRINT.

Conteúdo Programático 7: Estudo de Caso: Conhecer o Design SPRINT do Google Ventures.

Bibliografia:

BANFIELD, Richard; LOMBARDO, C. Todd; WAX, Trace. **Design Sprint: A Practical Guidebook for Building Great Digital Products.** " O'Reilly Media, Inc.", 2015.

DUARTE–ANTONIOCELSO, Antonio Celso; CENTURIÓN FILHO, José Miguel. FERRAMENTAS DE NEGÓCIOS COMO TECNOLOGIAS ATIVAS: O caso do iCenter FATEC SP. **Coordenadora do Ensino Superior de Graduação**, p. 50.

KNAPP, Jake; ZERATSKY, John; KOWITZ, Braden. **Sprint: How to solve big problems and test new ideas in just five days.** Simon and Schuster, 2016.

PERPÉTUO, Mariana de Mendonça Molles Mazzini. UM ESTUDO DA APLICAÇÃO DE DESIGN SPRINT PARA REDESENHO DE PROCESSOS. 2018. Tese de Doutorado. **Universidade Federal do Rio de Janeiro.**

Disciplina: Análise e Modelagem de Negócios (BABOK/Product Owner)

Ementa: Modelos da Análise de Negócios. Diferentes perspectivas na análise de negócios. Prototipagem rápida de negócios. *Lean Startup*. Modelo do BABOK e a função de *Product Owner*. *Product Owner versus* Gerente de Fluxo de Valor. Principais etapas do BABOK.

Competências e Habilidades:

- Conhecer a estrutura da Análise de Negócios segundo proposto no Guia BABOK.
- Discutir a implementação do BABOK e o *Product Owner*.
- Entender a similaridades e diferenças entre o *Product Owner* e o Gerente de Fluxo de Valor.
- Realizar abstrações e análises sistêmicas na implementação do BABOK.

Conteúdo Programático 1: Análise de Negócios e Processos.

Conteúdo Programático 2: BABOK *Framework*.

Conteúdo Programático 3: *Agile Product Owner versus* Gerente de Fluxo de Valor.

Conteúdo Programático 4: Análise de Requisitos e Desenho da Solução.

Conteúdo Programático 5: Avaliação da Solução.

Conteúdo Programático 6: Elicitação de Requisitos: Boas Práticas e Dificuldades.

Conteúdo Programático 7: Estudo de Caso: BABOK.

Bibliografia:

BRENNAN, Kevin et al. (Ed.). **A Guide to the Business Analysis Body of Knowledge**. IIBA, 2009.

FRIED, Jason; HANSSON, David Heinemeier. **Reinvente sua empresa:** mude sua maneira de trabalhar. Sextante, 2012.

MAURYA, Ash. **Running lean: iterate from plan A to a plan that works**. O'Reilly Media, Inc., 2012.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business model generation:** inovação em modelos de negócios. Alta Books Editora, 2013.

OSTERWALDER, Alexander et al. **Value proposition design**. Campus Verlag, 2015.

RIES, Eric. **A startup enxuta**. São Paulo: Editora Leya, 2012.

Disciplina: Gestão minimalista: métodos ágeis, design e lean thinking

Ementa: Compreensão da relevância e aplicação da gestão minimalista, através das abordagens de Design Thinking, Lean Thinking e Métodos Ágeis.

Competências e Habilidades:

- Compreender a importância de novas abordagens dentro do contexto empresarial;
- Conhecer as principais metodologias relativas a gestão minimalista;
- Aplicar as metodologias de forma apropriada em sua realidade profissional;
- Saber tomar decisões em relação as escolhas das melhores técnicas e instrumentos de gestão.

Conteúdo Programático:

Conteúdo Programático 1: O que é gestão minimalista.

Conteúdo Programático 2: *Design Thinking*.

Conteúdo Programático 3: Lean Thinking.

Conteúdo Programático 4: Métodos Ágeis.

Bibliografia básica:

AMARAL, D. C.; CONFORTO, E. C.; BENASSI, J. L. G.; ARAUJO, C. **Gerenciamento ágil de projetos: aplicação em produtos inovadores**. São Paulo: Saraiva, 2011.

BROWN, TIM. **Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias**. Campos, 2010.

MALONE, MICHAEL S.; ISMAIL, SALIM; VAN GEEST, YURI. **Organizações exponenciais: Por que elas são 10 vezes melhores, mais rápidas e mais baratas que a sua (e o que fazer a respeito)**. Alta Books; 1ª edição, 2019.

MCKEOWN, GREG. **Essencialismo: A disciplinada busca por menos**. Editora Sextante; 1ª edição, 2015.

RIES, ERIC. **A startup enxuta: Como usar a inovação contínua para criar negócios radicalmente bem-sucedidos**. Editora Sextante; 1ª edição, 2019.

Bibliografia complementar:

AMBROSE, G.; HARRIS, P. **Design Thinking: S.M. ação ou prática de pensar o design**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

CAROLI, PAULO. **Lean Inception: Como Alinhar Pessoas e Construir o Produto Certo**. Editora Caroli; 1ª edição, 2019.

DWECK, CAROL S. **Mindset: A nova psicologia do sucesso**. Objetiva; 1ª edição, 2017.

MELO, A.; ABELHEIRA, R. **Design Thinking & Thinking Design - Metodologia, Ferramentas e Uma Reflexão Sobre o Tema**. São Paulo: Novatec, 2015.

ROCHA, RODRIGO FERREIRA DA. **Sem. Sistema de Estratégia Minimalista**. HSM, 2018.

SUTHERLAND, J. **Scrum: A arte de fazer o trabalho na metade do tempo**. São Paulo: Casa da palavra, 2016.

Disciplina: Design de produto

Ementa: Abordagem dos conceitos de *consumer centric design*, cocriação e *user experience* que são fundamentais em qualquer desenvolvimento de

produto. Conceituação dos princípios do estilo, incluindo percepção visual de produtos, percepção do estilo, fatores sociais, culturais e comerciais. Fundamentação dos princípios da criatividade, da importância da criatividade, inspiração inicial, etapas da criatividade e brainstorming/brainwriting. Apresentação da metodologia para desenvolvimento de produtos e gestão de projetos: métodos tipo funil ou cascata (*water fall*). Elaboração de projeto conceitual, da concepção do estilo, análise das funções do produto, do ciclo de vida, de valores e estudo do processo do projeto conceitual. Abordagem sobre lançamento de produtos e propriedade intelectual.

Competências e Habilidades:

- Dominar as principais ferramentas do design de produto;
- Criar e conceituar novos produtos;
- Elaborar projetos conceituais de novos produtos.

Conteúdo Programático 1: Conceitos de *consumer centric design*, cocriação e *user experience*. Princípios do estilo: percepção visual de produtos, percepção do estilo, fatores sociais, culturais e comerciais. Princípios da criatividade: a importância da criatividade, inspiração inicial, etapas da criatividade e brainstorming/brainwriting.

Conteúdo Programático 2: Metodologia para desenvolvimento de produtos e gestão de projetos: métodos tipo funil ou cascata (*water fall*).

Conteúdo Programático 3: Projeto conceitual: o processo do projeto conceitual, concepção do estilo, análise das funções do produto, análise do ciclo de vida, análise de valores.

Conteúdo Programático 4: Lançamento de produtos e propriedade intelectual.

Bibliografia básica:

BAXTER, M. **Projeto de produtos: guia prático para o design de novos produtos**. 3.ed. São Paulo: Blucher, 2011.

BURDEK, B. E. **Design: história, teoria e prática do design de produto**. 2.ed. São Paulo: Blucher, 2018.

HSUAN-NA, Tai. **Design Conceitos e Métodos**. 1.ed. digital. São Paulo: Blucher, 2017.

Bibliografia complementar:

CARVALHO, M. A. **Inovação em produtos**. Blucher, 1.ed. São Paulo: Blucher, 2010.

CRAWFORD, M.; BENEDETTO, A. **Gestão de Novos Produtos**. Tradução: Beth Honorato; Revisão Técnica: Altair F. Klippel. 11.ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

MORRIS, R. **Fundamentos de design de produto**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

VELA, J. C. **Design do produto: as concepções de formação pela perspectiva de seus docentes**. 1.ed. São Paulo: Blucher, 2010.

Disciplina: Engenharia de desenvolvimento de produtos

Ementa: Estudo dos princípios e etapas do processo de desenvolvimento de novos produtos. Análise de critérios fundamentais no desenvolvimento de novos produtos: competitividade, estilo, design, inovação e criatividade, questões ambientais, ciclo de vida do produto, engenharia simultânea. Estudo mão-na-massa do processo de criação de um novo produto e de seu planejamento e gerenciamento.

Competências e Habilidades:

- Vivenciar todo o processo de desenvolvimento de um produto, desde sua concepção até sua produção.
- Entender a importância do desenvolvimento de novos produtos.
- Escolher as técnicas e métodos mais adequados no desenvolvimento de novos produtos.

Conteúdo Programático 1: Processo de Desenvolvimento de Novos Produtos.

Conteúdo Programático 2: Importância de critérios como competitividade, inovação, design, estilo, criatividade, questões ambientais, ciclo de vida do produto e engenharia simultânea para a criação de novos produtos.

Conteúdo Programático 3: Planejamento e gerenciamento de novos produtos

Conteúdo Programático 4: Estudo de caso: criação e desenvolvimento de um novo produto.

Bibliografia Básica:

BACK, N.; OGLIARI, A.; DIAS, A.; SILVA, J. C. **Projeto Integrado de Produtos:** Planejamento, Concepção e Modelagem. Barueri: Editora Manole, 2008.

BAXTER, M. **Projeto de produto:** guia prático para o design de novos produtos 3.ed. São Paulo: Blucher, 2011.

ROZENFELD, H. et al. **Gestão do Desenvolvimento de produtos.** Uma referência para a melhoria de processo. São Paulo: Saraiva, 2006.

SELEME, R.; PAULA, A. **Projeto de produto:** planejamento, desenvolvimento e gestão (Série Gestão Comercial). Curitiba: InterSaberes, 2013.

Bibliografia Complementar:

BARBOSA FILHO, A. N. **Projeto e desenvolvimento de produtos.** São Paulo: Atlas, 2009.

CARVALHO, M. A. **Inovação em produtos:** IDEATRIZ: uma aplicação da Triz: inovação sistemática na ideação de produtos. 2.ed. São Paulo: Blucher, 2017.

CRAWFORD, M.; BENEDETTO, A. **Gestão de Novos Produtos.** 11.ed. Porto Alegre:Grupo A, 2016.

SÁ, D.; COSTA, F. A. N.; MACHADO, S. A.; PRADO JÚNIOR, T. **Desenvolvendo novos produtos:** conceitos, etapas e criação. Curitiba: InterSaberes, 2017.

Disciplina: *Customer Experience (CX)*.

Ementa: *Customer Experience. Jornada do Consumidor e Pontos de Contato. Customer Success. Employee Experience.*

Competências e Habilidades:

- Identificar o que é Gestão da Experiência do Cliente (CXM), suas vantagens e principais diferenças em relação ao CRM.
- Entender o processo de mapeamento da experiência do cliente e avaliar as decisões gerenciais relacionadas à jornada do consumidor.
- Diferenciar os conceitos de Resultado Exigido e Resultado Desejado e ser capaz de compreender de que forma os clientes alcançam o que desejam por meio de interações com a empresa.
- Planejar as competências necessárias e as ações de engajamento de colaboradores, através da gestão da experiência dos empregados (EEM).

Conteúdo Programático 1: *Customer Experience (CX)*. Importância e Definição. CRM vs. CXM. Motivação e Engajamento com a Marca. Neuromarketing e Psicologia Cognitiva. Personas. *Net Promoter Score (NPS)*.

Conteúdo Programático 2: Jornada do Consumidor e Pontos de Contato. Importância e Definição. Jornada de Compra vs. Jornada do Cliente. Ferramentas e Fontes de Informação sobre a Jornada do Cliente. Ferramentas para gerar Engajamento e Satisfação. *User Experience (UX)*.

Conteúdo Programático 3: *Customer Success*. Importância e Definição. *Customer Service* vs. *Customer Success*. Resultado Exigido. Resultado Desejado. Métricas de *Customer Success*. Estratégias para Promover *Customer Success*.

Conteúdo Programático 4: *Employee Experience*. Importância e Definição. Experiências cognitivas e psicológicas dos empregados. Recompensa profissional e pessoal. *Employee Experience Design (EED)*. Gestão da Experiência dos Empregados (EEM).

Bibliografia Básica:

BERRIDGE, E. **Customer Obsessed**: A Whole Company Approach to Delivering Exceptional Customer Experiences. New Jersey: John Wiley & Sons, 2016.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0**: Do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2017.

STEINMAN, D.; MURPHY, L.; MEHTA N. **Customer Success**: como as empresas inovadoras descobriram que a melhor forma de aumentar a receita é garantir o sucesso dos clientes. São Paulo: Autêntica Business, 2017.

Bibliografia Complementar:

GOODMAN, J. **Customer Experience 3.0**: High-Profit Strategies in the Age of Techno Service. New York: Amacom, 2014.

MADRUGA, R. **Gestão do Relacionamento e Customer Experience**. São Paulo: Atlas, 2018.

PEPPERS, Don. **Customer Experience**: What, How and Why Now. Englewood, Colorado: Bookbaby, 2016.

Disciplina: Concepção de Produtos: MVP – Produto Mínimo Viável, Business Model Canvas, Personas

Ementa: Viabilidade de um Negócio: criação, desenvolvimento e lançamento de produtos. O conceito fundamental de Produto Mínimo Viável (MVP). MVP, *Design Thinking* e validação de ideias. Criação do perfil de clientes ideais e análise de Mercado. Fundamentos do *Business Model Canvas*. Conceitos de Persona, Perfil de Usuário e Público-alvo. MVP, *e-Commerce* e Marketing Digital.

Competências e Habilidades:

- Compreender os fundamentos do MVP, *Business Model Canvas* e o conceito de Persona.
- Relacionar as técnicas de *Design Thinking* com a validação de ideias.
- Analisar as tendências do mercado e a viabilidade de novos produtos.
- Relacionar os princípios do MVP com as técnicas de *e-Commerce* e Marketing Digital.

Conteúdo Programático 1: Viabilidade de um Negócio: criação, desenvolvimento e lançamento de produtos.

Conteúdo Programático 2: O conceito fundamental de Produto Mínimo Viável (MVP).

Conteúdo Programático 3: MVP, *Design Thinking* e validação de ideias.

Conteúdo Programático 4: Criação do perfil de clientes ideais e análise de Mercado.

Conteúdo Programático 5: Fundamentos do *Business Model Canvas*.

Conteúdo Programático 6: Conceitos de Persona, Perfil de Usuário e Público-alvo.

Conteúdo Programático 7: MVP, *e-Commerce* e Marketing Digital.

Bibliografia:

RIES, E., **A Startup Enxuta**. São Paulo: Editora Leya, 2012.

CAROLI, P. **Direto ao Ponto**: Criando produtos de forma enxuta. São Paulo: Editora Casa do Código, 2015.

OSTERWALDER, A., **Business Model Generation**: Inovação Em Modelos De Negócios. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2011.

BROWN, T., **Desing Thinking**. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2017.

GROSSMAN, S., **Minimum Viable Product**: Master Early Learning and Develop an MVP with Scrum. Short Hills: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017.

Disciplina: OKRs (*objectives and key results*)

Ementa: Metodologias de Gestão. Introdução à OKRs. Implantação, execução e acompanhamento

Competências e Habilidades:

- Compreender os conceitos, características e fundamentos da aplicação de OKRs;
- Realizar Planejamento Estratégicos com OKRs;
- Implantar, Executar e Monitorar OKRs dentro das organizações.

Conteúdo Programático 1: Metodologias de Gestão.

Conteúdo Programático 2: Introdução à OKRs.

Conteúdo Programático 3: Implantação e diminuição da resistência (fator cultural).

Conteúdo Programático 4: Execução e Acompanhamento.

Bibliografia Básica:

CASTRO, F. 13 passos do Roadmap para adoção de OKR. **Endeavor**. 2019. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/estrategia-e-gestao/okr-passos/>>.

Acesso em: 14 nov. 2019.

MELLO, F. S. H. **OKRs, da Missão às Métricas**: Usando as OKRs para criar uma cultura de execução e inovação na sua empresa. [S.l.]: Ed. Qulture, 2016-2019.

NIVEN, P. R.; LAMORTE, B. **Objectives and Key Results**: Driving Focus, Alignment, and Engagement with OKRs. 1. Ed.[S.l.]: Ed. Wiley. 2016.

Bibliografia Complementar:

BRUNO A. **Como usar OKRs para avaliar o alcance de metas da sua empresa**. 2019. Disponível em: <<https://gptw.com.br/conteudo/artigos/como-usar-okrs/>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

MACIEL, T. M M, ARCOVERDE, D. **Gestão por Objetivos e Resultados com OKR**, 2019. Disponível em: <<http://www.xiwticifes.ufba.br/modulos/submissao/Upload-353/86125.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

SEBRAE, **Saiba o que é e como implementar a metodologia OKR**, 2019. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosOrganizacao/gestao-de-metas-como-implementar-a-metodologia-okr,a67875d380a9e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 12 nov. 2019. |

12. Infraestrutura Física e Pedagógica

O aluno encontrará todo o conteúdo do curso e assistirá às aulas gravadas no ambiente virtual. Para assistir às aulas é fundamental que as especificações abaixo sejam obedecidas, possibilitando, assim, uma recepção de maior qualidade dos vídeos.

Hardware:

1. Processador Intel Core 2 Duo ou superior.
2. 2Gb de Memória RAM.
3. Placa de vídeo com resolução 1024x768, qualidade de cor 32 bits e compatível com Microsoft DirectShow.
4. Microsoft DirectX 9.0c ou posterior.

Software:

1. Navegador: Firefox, Google Chrome, Internet Explorer (sempre atualizado).
2. Sistema Operacional: Windows XP ou posterior.
3. Adobe Flash Player (atualizado).
4. *Plugin* de vídeos SilverLigth (atualizado)

Rede:

1. Conexão com a Internet banda larga de no mínimo 2 MB.
2. Em caso de acesso em ambientes corporativos além da velocidade, é necessário verificar as condições de segurança de rede de sua empresa e se certificar que o site não estará bloqueado.

Adicionalmente, é prevista a utilização da biblioteca virtual para consultas bibliográficas e pesquisa de assuntos referentes às disciplinas ministradas.

