



PROJETO PEDAGÓGICO DE CURSO
Pós-Graduação *Lato Sensu*
Experiência do Usuário - UX

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	4
7.	Competências e Habilidades do Egresso.....	5
8.	Metodologia de Ensino e Aprendizagem	6
9.	Estágio Não Obrigatório	8
10.	Matriz Curricular	10
11.	Carga Horária.....	10
12.	Conteúdo programático	10
13.	Infraestrutura Física e Pedagógica	26

1. Nome do Curso e Área do Conhecimento

Nome do Curso: Experiência do Usuário - UX

Área de Avaliação (CAPES): Ciência da Computação

Grande Área (CAPES): Ciências Exatas e da Terra

Área do Conhecimento (CAPES): Ciência da Computação

Classificação OCDE: Computação e Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC)

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

O curso é destinado a egressos do ensino superior, que atuem ou pretendam atuar como empreendedores, analistas de negócios, marketing e em funções relacionadas à tecnologia da informação (TI), engenheiros, consultores e

profissionais que queiram se aprimorar nos conceitos de UX - *User Experience* em plataformas digitais.

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

O curso atende a demanda por profissionais com competências relacionadas a experiência do usuário (UX) e design de produto e serviços, desenvolvendo conhecimentos da relação do usuário e cliente no uso de aplicativos e produtos, buscando atender as novas perspectivas do mercado que demandam competências aliadas a *lean UX*, mapeamento da jornada do cliente, design de UX, *customer experience*, inteligência de produto, *data analytics*, Interface Humano Computador (IHC) e gestão de carreira. O curso traz uma oportunidade de estabelecer novo modelo de relação de produto ou serviço com o usuário ou cliente com um conteúdo programático diferenciado.

6. Objetivos do Curso

6.1. Objetivo Geral

- A especialização em Experiência do Usuário (UX – *User Experience*) tem o objetivo de desenvolver e especializar o profissional na área da experiência do usuário e traçar o relacionamento ideal com o cliente, criar e desenvolver percepções e aprendizados com produtos e serviços. Além disso, capacitar a gerir o próprio plano de carreira.

6.2. Objetivos Específicos

- Oferecer conhecimentos específicos sobre UX/UI;
- Preparar profissionais para mapear e desenhar jornada de cliente/usuário;
- Aplicar os conceitos de interação humano computador e experiência do usuário;
- Capacitar a realizar data mining, planejar extração, transformação e análise de dados para UX;
- Dominar o processo de avaliar e realizar design de produto e serviço;
Proporcionar conhecimento para gestão de carreira.

7. Competências e Habilidades do Egresso

Competências

A especialização em Experiência do Usuário (UX – User Experience) desenvolve um conjunto de competências da área da Interação Humano Computador e experiência do usuário com visão ampla e integrada de ferramentas destinadas a entender a jornada do cliente, abordando temas atuais e diferenciados.

Habilidades

- Compreender a usabilidade dos produtos e serviços;
- Mapear e desenhar jornada de cliente/usuário;
- Analisar e visualizar resultados da experiência do usuário e cliente com os produtos e serviços;
- Definir estratégias para moldar a relação humana – computador;
- Analisar e criar insight por meio de datamining;
- Compreender e desenvolver design de produtos e serviços;

- Identificar e reformular objetivos de sucesso da sua carreira.

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 as 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 comprometido 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
Design de experiência do usuário - UX	0 h	40 h	40 h
Gestão estratégica da informação	0 h	40 h	40 h
Arquitetura da Informação	0 h	40 h	40 h
Design de Interfaces	0 h	40 h	40 h
Concepção de Produtos: MVP - Produto Mínimo Viável, Business model Canvas, Personas	0 h	40 h	40 h
Engenharia de requisitos	0 h	40 h	40 h
Product Discovery e UX research	0 h	40 h	40 h
Mapeamento da Jornada do Cliente (CJM)	0 h	40 h	40 h
Gestão de Carreira	0 h	40 h	40 h

11. Carga Horária

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

12. 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: Design de experiência do usuário – UX

Ementa: Conceitos sobre ergonomia e psicologia cognitiva; Diretrizes para a concepção de interfaces WEB; Acuidade visual; Conceitos sobre design e análise de interface digital. Métodos e técnicas de usabilidade; Critérios e

concepção de navegabilidade; Técnicas de avaliação e UX – Experiência do usuário. Web Design responsivo.

Competências e Habilidades:

- Entender conceitos sobre ergonomia e psicologia cognitiva;
- Desenvolver sistemas com um ambiente agradável ao usuário;
- Atentar para acuidade visual;
- Apreender conceitos básicos sobre design digital e Web Design Responsivo.

Conteúdo Programático 1: Conceitos sobre ergonomia e Usabilidade.

Conteúdo Programático 2: Interfaces WEB e técnicas de avaliação de IHC.

Conteúdo Programático 3: Análise da interface digital.

Conteúdo Programático 4: Acuidade visual, Design digital e Web Design Responsivo.

Bibliografia Básica:

AGNER, Luiz. **Ergodesign e arquitetura de informação**: trabalhando com o usuário. Rio de Janeiro: Quartet, 2006. 173p.

Dillon, A. **User interface design**. MacMillan Encyclopedia of Cognitive Science, London: MacMillan, 2003.

IIDA, Itiro. **Ergonomia**: projeto e produção. São Paulo: Edgard Blücher, 2001. 465p.

ISO 13407. Human-centred design processes for interactive systems. 1999.

ISO 9241. Ergonomic requirements for office work with visual display terminals (VDTs) – Part 11: Guidance on Usability. 1998.

JASTRZEBOWSKI, W. An Outline of Ergonomics, or the Science of Work based on the truths drawn from the Science of Nature 1857. **Central Institute for Labour Protection**. 2000.

KO, Amy J. How to evaluate analytically. **UW Faculty Web Server**. Disponível no seguinte link: <http://faculty.washington.edu/ajko/books/design-methods/how-to-evaluate-analytically.html>.

Meister D. **Human Factors**: Theory and Practice. New York: Wiley-Interscience, 1971; 10.

NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa. **Usabilidade na Web**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SOMMERVILLE, Ian. **Software Engineering**. 8. Ed. England: Addison-Wesley, 2007.

Disciplina: Gestão Estratégica da Informação

Ementa: Conceituar definições, tipologia, sistemas, leis e fluxos relacionados à informação. Compreender como de fato a estratégia pode ser aplicada à informação por meio do estudo de sua perspectiva, planejamento, evolução e relação com a tecnologia de informação (TI). Etapas de desenvolvimento da gestão da informação de forma estratégica e sua avaliação. Apresentação de softwares com grande poder de auxílio e otimização da gestão estratégica da informação aliados às novas tendências e à gestão do conhecimento.

Competências e Habilidades:

- Identificar as formas como a informação se desenvolve e pode ser disseminada;
- Analisar os sistemas de informação de maneira totalmente estratégica;
- Desenvolver práticas para a elaboração de uma gestão estratégica completa da informação;
- Compreender a evolução das estratégias e práticas relacionadas à informação e TI.

Conteúdo Programático:

Conteúdo Programático 1: Definições básicas e importância da informação.

Conteúdo Programático 2: Relação entre estratégia e informação.

Conteúdo Programático 3: Estratégias de gestão em informação e TI.

Conteúdo Programático 4: Softwares, tendências e gestão do conhecimento.

Bibliografia básica:

BEAL, A. **Gestão Estratégica da Informação**: como transformar a Informação e a Tecnologia de Informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas Organizações. São Paulo: Atlas, 2004.

BURGELMAN, R. A. et al. **Gestão estratégica da tecnologia e da inovação**: conceitos e soluções. 5. ed. Porto Alegre: AMGH, 2012. 648p.

LAUDON, K.; LAUDON, J. **Sistemas de informações gerenciais**. 11. ed. São Paulo: Pearson, 2014.

STEWART, T. A. **Capital intelectual**: a nova vantagem competitiva das empresas. Tradução de Ana Beatriz Rodrigues e Priscilla Martins Celeste. Rio de Janeiro: Campus, 1998. 237 p.

WEBER, M.; KLEIN, A. Z. **Gestão estratégica em empresas de tecnologia da informação**: um estudo de caso. Revista Ibero-Americana de Estratégia – RIAE, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 37-65, jul./set. 2013

Bibliografia complementar:

FLEURY, Maria Tereza Leme; OLIVEIRA JR, Moacir de Miranda. **Gestão estratégica do conhecimento**: integrando aprendizagem, conhecimento e competências. São Paulo: Atlas, 2001.

JOIA, L. A.; SILVA, A. A. N.; JUNIOR, C. C. M.; RAMOS, E. A. A. **Gestão Estratégica da Tecnologia da Informação**. 1ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2012.

MOREIRA, C. B. **Gestão da informação**. Paraná: UNICENTRO, 2014.

TURBAN, E.; MCLEAN, E.; WETHERBE, J. **Tecnologia da Informação para Gestão**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004

WAKULICZ, G. J. **Sistemas de Informações Gerenciais**. Santa Maria: Universidade Federal de Santa Maria, Colégio Politécnico, Rede e-Tec Brasil, 2016. 88p.

Disciplina: Arquitetura da Informação

Ementa: Aspectos epistemológicos e tecnológicos da arquitetura da informação em ambiente digitais. Definição da arquitetura da informação em consonância com as necessidades de informação, o comportamento do usuário e os sistemas de recuperação de informação. Foco em acessibilidade e utilidade.

Competências e Habilidades:

- Compreensão do desenvolvimento da técnica e da tecnologia.
- Capacidade de conceber arquiteturas em consonância às necessidades de informação, dos comportamentos do usuário e dos sistemas de recuperação.
- Entendimento dos conceitos de usabilidade e ergonomia.
- Visão integrada de relação entre sistemas.

Conteúdo Programático 1: Sistemas de organização. Dimensão teórica. Categorização e agrupamento de conteúdo. Taxonomia.

Conteúdo Programático 2: Sistemas de rotulagem. Aspectos conceituais. Dados e metadados.

Conteúdo Programático 3: Sistemas de Navegação. Fundamentos. Hábitos e preferências do usuário. Usabilidade.

Conteúdo Programático 4: Sistemas de Pesquisa. Ambientes informacionais digitais. Avaliação e retroalimentação.

Bibliografia Básica:

ZIMMERLE, Bruno. **Design da informação**. Paraná: Intersaberes, 2021. (<https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/194851>)

CAMARGO, Liriane. **Arquitetura da informação**: uma abordagem pratica para o tratamento de conteúdo e interface em ambientes informacionais digitais. Rio de Janeiro, LTC, 2011. (link BV - <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/978-85-216-2094-5/pageid/1>)

AGNER, Luiz. **Ergodesign e Arquitetura de Informação**: Trabalhando com o Usuário. Rio de Janeiro: Editora Senac Rio, 2018.

Bibliografia Complementar:

OLIVEIRA, Henry. VIDOTTI, Silvana. BENTES, Virginia. **Arquitetura da informação pervasiva**. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015 (<https://static.scielo.org/scielobooks/6cn9c/pdf/oliveira-9788579836671.pdf>)

PINOCHET, Luis. **Tecnologia da informação e comunicação**. Rio de Janeiro, Elsevier, 2014. (Link BV - [https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595153196/epubcfi/6/2\[%3Bvnd.vst.idref%3Dhtml-cover-page\]!/4/2/2/4%4051:2](https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788595153196/epubcfi/6/2[%3Bvnd.vst.idref%3Dhtml-cover-page]!/4/2/2/4%4051:2))

CUNHA, Murilo. **Manual de estudo de usuários da informação**. São Paulo: Atlas, 2015. (<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788522498789/pageid/4>)

Disciplina: Design de Interfaces

Ementa: Conceitos de design de interface de usuário, User eXperience (UX) e usabilidade. Design thinking. Análise de contexto. Prototipação de design de

interfaces de usuário. Design visual. Avaliação de usabilidade. Práticas com FIGMA.

Competências e Habilidades:

- Compreender os princípios fundamentais do design de interface.
- Levantar e analisar as necessidades e questões relevantes para os usuários da solução sendo projetada.
- Desenvolver diagramas e representações dos elementos e requisitos do projeto com a ferramenta FIGMA.
- Prototipar interfaces para a solução em desenvolvimento

Conteúdo Programático 1: Fundamentos do design de interface de usuário, User eXperience e Usabilidade. Design Thinking. O uso do FIGMA.

Conteúdo Programático 2: Análise de contexto: identificação de problemas, ideação, análise de usuários, tarefas, dispositivos, ambientes e especificações de requisitos de usabilidade. Práticas com FIGMA.

Conteúdo Programático 3: – Prototipação: sketches, wireframes e design visual. Práticas com FIGMA.

Conteúdo Programático 4: Avaliação de usabilidade: avaliação heurística, avaliação baseada em modelos, teste de usabilidade. Práticas com FIGMA.

Bibliografia Básica:

SOBRAL, Wilma. **Design de interfaces**. São Paulo: Érica, 2019.

SEGURADO, Valquiria (Org). **Projeto de Interface com o Usuário**. São Paulo: Pearson, 2017. (biblioteca virtual: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/124143>)

JOÃO, Belmiro. **Usabilidade e interface homem máquina**. São Paulo: Pearson 2017. (biblioteca virtual: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Acervo/Publicacao/185067>)

Bibliografia Complementar:

LOWDERMILK, Travis. **Design Centrado no Usuário**: um guia para desenvolvimento de aplicativos amigáveis. São Paulo: Novatec, 2019.

FONSECA, Manuel. **Introdução ao design de interfaces**. Lisboa: FCA, 2017.

JOHNSON, Jeff. Designing with the Mind in Mind: Simple Guide to Understanding User Interface Design Guidelines. SL: Morgan Kaufmann Publishers; 3rd ed. 2020.

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 Básica:

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: Engenharia de requisitos

Ementa: Definição e características da Engenharia de Requisitos com a visão Ágil e o analista de requisitos. Tipos de requisitos: requisitos funcionais e não funcionais, requisitos de domínio, de usuário e de sistemas. Levantamento de requisitos: técnicas de reunião com o usuário e especificação de requisitos. Análise de requisitos, validação, mudança e gerência de requisitos.

Competências e Habilidades:

- Compreender que a Engenharia de Requisitos é importante como base para gerar um software de qualidade;
- Conhecer os tipos de requisitos necessários para a construção do software;

- Aplicar técnicas de reunião com o usuário para abstrair os requisitos do software;
- Analisar e gerenciar os requisitos levantados.

Conteúdo Programático 1: Definição e características da Engenharia de Requisitos com a visão Ágil e o analista de requisitos.

Conteúdo Programático 2: Tipos de requisitos: requisitos funcionais e não funcionais, requisitos de domínio, de usuário e de sistemas.

Conteúdo Programático 3: Levantamento de requisitos: técnicas de reunião com o usuário e especificação de requisitos.

Conteúdo Programático 4: Análise de requisitos, validação, mudança e gerência de requisitos.

Bibliografia básica:

SOMMERVILLE, Ian. **Engenharia de Software**; tradução Luiz Cláudio Queiroz; revisão técnica Fábio Levy Siqueira. 10. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

PRESSMAN, Roger S. **Engenharia de Software**: uma abordagem profissional; tradução João Eduardo Nóbrega Tortello; revisão técnica Reginaldo Arakaki, Julio Arakaki, Renato Manzan de Andradel. 8. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

NOGUEIRA, José H. M. **Engenharia de Software**: Métodos Orientados a Objetos e Ágeis. Fortaleza, CE: Amazon KDP, 2018.

Bibliografia Complementar:

PAULA Filho, Wilson de P. **Engenharia de Software**: projetos e processos. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2019.

HIRAMA, Kechi. **Engenharia de Software**: qualidade e produtividade com tecnologia. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MACHADO, Felipe N. R. **Análise e Gestão de Requisitos de Software**: onde nascem os sistemas. 3. ed. São Paulo: Érica, 2016.

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: Mapeamento da Jornada do Cliente (CJM).

Ementa: Jornada do Cliente. Pontos de Contato. *Buyer Persona* e *Brand Persona*. *User Experience (UX)*.

Competências e Habilidades:

- Diferenciar os conceitos de Jornada de Compra e Jornada do Cliente, bem como seus papéis no desenvolvimento da estratégia corporativa.
- Conhecer a dinâmica de interações do cliente com a marca, quais informações são importantes e o que faz com que ele avance no sentido da compra do produto ou da contratação do serviço.
- Estabelecer estratégias para a comunicação eficiente entre a marca e seus potenciais clientes a partir da criação do *Buyer Persona* e do *Brand Persona*.
- Identificar a experiência que o usuário tem ao utilizar o site ou aplicativo da marca, para desenhar soluções que gerem impacto positivo e produzam experiências agradáveis e inesquecíveis.

Conteúdo Programático 1: Jornada do Cliente. Importância e Definição. Jornada de Compra versus Jornada do Cliente. Definição dos Objetivos. Escolha das Ferramentas e Fontes de Informação sobre a Jornada do Cliente.

Conteúdo Programático 2: Pontos de Contato. Importância e Definição. Identificação dos Pontos de Contato. Mapeamento das Ações e Interações dos Clientes. Compreendendo as Dores do Cliente. Identificando os Obstáculos da Jornada.

Conteúdo Programático 3: *Buyer Persona* e *Brand Persona*. Importância e Definição. Ferramentas e Etapas para a Criação do *Buyer Persona*.

Engajamento e Satisfação do Cliente. Estruturação do *Brand Persona*. Comunicação Humanizada.

Conteúdo Programático 4: *User Experience* (UX). Importância e Definição. Interface do Usuário (UI). Técnicas de *User Research*. Design, usabilidade e arquitetura da informação. Planejamento das estruturas. Administração de conteúdo.

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: Gestão de Carreira

Ementa: Esta disciplina deve abordar os conhecimentos relacionados à Gestão de Carreira e as dimensões ligadas a evolução do trabalho no mundo contemporâneo. Mais especificamente trata dos seguintes temas: Área de atuação profissional. Papel do profissional no cenário atual e as implicações desse papel na formação profissional. Condições atuais do mercado de trabalho no Brasil e suas implicações. Estratégias de evolução de trabalho.

Autoconhecimento. A carreira e suas fases de desenvolvimento. Planejamento de carreira e plano de ação para busca dos objetivos pessoais e profissionais.

Competências e Habilidades:

- Capacitar o estudante na gestão da sua própria carreira profissional, identificando objetivos de longo prazo (função que almeja) na sua trajetória profissional, bem como as competências e comportamentos necessários, para o alcance dos seus objetivos de carreira;
- Mostrar a importância de uma atitude protagonista para o sucesso na carreira;
- Habilitar o leitor (aluno de qualquer área do conhecimento) ao planejamento estratégico da sua carreira, visando obter as competências, habilidades e as atitudes necessárias ao desenvolvimento da sua carreira.

Conteúdo Programático 1: Contexto. Dados do mercado de trabalho no Brasil. Cultura Brasileira nas Organizações. Visão Internacional e Grandes Tendências. O futuro do trabalho. Carreira em T.

Conteúdo Programático 2: Identidade. Vocação, Paixões, Comportamentos, Talentos, Missão Profissional.

Conteúdo Programático 3: Desenvolvimento. Competências técnicas. Competências Comportamentais. Skills que o mercado exige. Sugestões Práticas de dilemas comuns.

Conteúdo Programático 4: Mostrar o Trabalho. Empregabilidade e Networking. Como crescer na carreira. Como utilizar a marca pessoal como recurso para vender o seu trabalho. Como utilizar as redes para propagar o que você faz.

Bibliografia Básica (inserir 3 bibliografias – atuais):

DUTRA, Joel Souza (Org.). **Gestão de carreira na empresa contemporânea**. São Paulo: Atlas, 2010.

DUTRA, Joel Souza. **Administra o de Carreira**. São Paulo: Atlas, 2006.

MOGGI, Jair; BURKHARD, Daniel. **Assuma a dire o de sua carreira**. São Paulo: Negócios, 2003.

EPSTEIN, David. **Porque os generalistas vencem em um mundo de especialistas**. São Paulo: Globo Livros, 2020.

VELOSO, Elza Fátima Rosa. **Carreiras sem fronteiras e transição profissional no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2012.

Bibliografia Complementar (inserir 3 bibliografias atuais):

ASHER, Donald. **How to Get Any Job, Second Edition: Career Launch and Re-Launch for Everyone Under 30 (or How to Avoid Living in Your Parents' Basement)**. Berkeley: Ten Speed Press, 2011.

BALASSIANO, Moisés; COSTA, Isabel de Sá A. **Gestão de carreiras: dilemas e perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2012.

BOLLES, Richard N. **How to find your mission in life?** Toronto: Ten Speed Press, 2001.

BOCK, Laszlo. **Um novo jeito de trabalhar**. Rio de Janeiro: Sextante, 2015.

BUCKINGHAM, Marcus; CLINTON, Donald O. **Descubra seus pontos fortes**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

BURNETT, Bill; EVANS, Dave. **O Design da sua vida**. São Paulo: Rocco, 2017.

GALDINI, Danilca; MAGLIOCCA, Renata; ESTEVES, Sofia. **Carreira: você está cuidando da sua?** Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2011.

GUILLEBEAU, Chris. **Nasci Para Isso - Como Encontrar O Trabalho Da Sua Vida**. São Paulo: Companhia das letras, 2017.

IBARRA, Hermínia. **Identidade de carreira: A experiência é a chave para reinventá-la**. São Paulo: Gente, 2009.

MEYER, Erin. **A Regra é Não Ter Regras: A Netflix e a Cultura da Reinvenção**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

LEPERE, Nicole. **How to do the work**. New York, 2021.

TEPERMAN, Joseph. **Anticarreira: O Futuro do Trabalho, o Fim do Emprego e do Desemprego**. São Paulo, 2019.

13. 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:

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

Software:

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

Rede:

- Conexão com a Internet banda larga de no mínimo 2 MB.
- 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.

