



PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO EM DESIGN THINKING

DESIGN THINKING – Uma abordagem para inovação centrada nas pessoas

Normalmente, a palavra Design está associada a funcionalidade e estética, porém a forma de os designers resolverem tais problemas tem sido deslocada para a esfera mais estratégica dos negócios (Business Design) e para a área de serviços (Services Design).

O **BUSINESS DESIGN** utiliza o modelo mental do Design para detectar novas oportunidades de negócios e também para gerar novos modelos de negócio. Trata-se, portanto, de um pensamento orientado a inovação, em especial a disruptiva. As metodologias de design, traduzidas em inúmeras ferramentas, são reconhecidas por seus resultados surpreendentes em empresas que decidiram desenvolver em seus colaboradores competências para inovação. Quando usado pontualmente, mas não de forma alinhado com o Mapa Estratégico e com as Lideranças, o Design Thinking perde seu impacto transformador nas Organizações, ainda que os resultados de curto prazo sejam notáveis.

O **SERVICES DESIGN** surgiu há 15 anos na Alemanha. Utiliza-se de métodos de pesquisa e solução de problemas tendo como ponto de partida os usuários do sistema, para melhorar serviços e detectar demandas não atendidas. Trata-se de um processo colaborativo envolvendo os principais *stakeholders* do negócio (clientes, fornecedores, líderes, colaboradores internos, comunidade etc) a fim de identificar ONDE, QUANDO e COMO as organizações podem tornar seus serviços mais valiosos para seus clientes e para si mesmas. Trata-se, portanto, de uma abordagem sistêmica do negócio, onde PRODUTOS são entendidos como TOUCHPOINTS de uma narrativa que se desenrola em cada interação do cliente com um objeto físico ou virtual, pessoa, lugar etc da Empresa.

OBJETIVO

1. Apresentar as particularidades do Design Thinking e seu uso como abordagem para inovação em diversos setores da economia.
2. Capacitar os participantes no uso de ferramentas do Design Thinking

FINALIDADE

Desenvolver competências pessoais e coletivas orientadas à inovação.

O PROGRAMA

Público: **Interessados em Design Thinking.**

06 MÓDULOS DE 08 HORAS, CADA. UM ENCONTRO POR SEMANA.

Todo o programa é ministrado no formato de workshops, ou seja, os participantes internalizam os conceitos ao utilizarem as ferramentas. O número máximo de participantes, por módulo, é 20. Número mínimo para realização do Curso: 15.

Os módulos são independentes. Valor por módulo: 500 reais (Quinhentos reais)

LOCAL: BELO HORIZONTE Endereço: em definição

CONTEÚDO

1. MÓDULO I - CURSO CORE

DESIGN THINKING: MINDSET PARA INOVAÇÃO

2. MÓDULO II

PROBLEM FINDING E PROBLEM FRAMING – ENTENDENDO O PROBLEMA REAL

3. MÓDULO III

PROBLEM FINDING AND FRAMING - BRIEFING ESTRATÉGICO

4. MÓDULO IV

INFORMATION DESIGN I – VISUAL SENSEMAKING

5. MÓDULO V

INFORMATION DESIGN II - INFOGRAFIA

6. MÓDULO VI

DESIGN DE SERVIÇOS

Módulo I

Curso Core> DESIGN THINKING: MINDSET PARA INOVAÇÃO

TÓPICOS ABORDADOS

- Por que pensar como designers se tornou o novo imperativo para inovação
- Pilares do DT: imaginação, cocriação, empatia e prototipação
- Entraves para a criatividade (nível pessoal) e para a inovação (nível corporativo)
- Imaginação: a lógica abdutiva – E se?
- Cocriação: a importância de diversidade de pontos de vista
- Empatia: entendendo o cliente, gerando relacionamentos
- Prototipação: erra menos quem erra antes
- Inovação incremental x Inovação disruptiva
- Níveis de inovação: produto, conceito, modelo de negócio
- Ferramentas de DT – Prática

Módulo II

PROBLEM SOLVING | RESOLVENDO O PROBLEMA REAL

- Diferença entre problema real e problema percebido
- Método para solução de problemas
- Vendo além do óbvio: “vuja de”, empatia, outsiders, anomalias e ampliação de repertório
- Unfocus Group x Focus Group
- Customer insights
- O papel da interpretação de sinais e da proposição de valores

Módulo III

PROBLEM FINDING AND FRAMING | BRIEFING ESTRATÉGICO

TÓPICOS ABORDADOS

- Problem finding e problem framing

- Pensamento sistêmico e Pensamento complexo
- A prática de briefing
- Escopo de um bom briefing
- O que um briefing não é
- Papel estratégico do briefing para o sucesso do projeto
- O documento de briefing
- A reunião de briefing
- Prática de briefing – Parte 1 – Demandando um serviço
- Prática de briefing – Parte 2 – Atendendo a uma demanda

CONTINUIDADE DA EXPERIÊNCIA: Terminado o módulo, os participantes terão como tarefa extra, elaborar e validar um novo documento de Briefing para sua área de atuação.

Módulo IV – INFORMATION DESIGN I

INTRODUÇÃO AO VISUAL SENSEMAKING

- Pensamento visual e Pensamento estratégico
- Síntese visual
- Síntese textual
- Princípios de infografia
- Erros comuns no tratamento da informação para negócios
- Como criar apresentações orientadas a tomada de decisão

ATIVIDADE PRÁTICA: Cada participante deverá ter em sala um computador pessoal e uma apresentação que contenha gráficos, tabelas e conteúdo textual típicas de sua rotina de trabalho. Parte desta apresentação é refeita na segunda parte do Módulo.

Módulo V – INFORMATION DESIGN II

TÓPICOS ABORDADOS

- Uso de infográfico
- Tipos de infográficos
- Visualização de dados
- Ferramentas
- Metodologia
- Erros comuns
- Oportunidades profissionais

Módulo VI - DESIGN DE SERVIÇOS

TÓPICOS ABORDADOS

- Lógica de Produtos x Lógica de Serviços
- Como inovar em serviços
- O papel do design de interação: uso x desejo
- Blueprint de serviços – a visão do todo
- Valores do design de serviços: holística, seqüenciamento, centro no usuário, evidenciamento e cocriação
- Metodologia e ferramentas práticas

A EXPERIÊNCIA OUTDOOR:

Este módulo inclui atividade externa no horário do almoço (trabalho de campo)



DENISE ELER É DESIGNER GRÁFICO E REALIZA TREINAMENTOS CORPORATIVOS NAS ÁREAS DE SENSEMAKING, INOVAÇÃO E DESIGN THINKING.

Atua há 5 anos junto ao Grupo Fiat, desenhando programas de Capacitação para desenvolvimento de competências de Inovação e de Liderança. Em 2013, ajudou a construir o Programa Sensemaking do Sebrae-MG, com ênfase na literacia em infografia. Hoje o Programa tornou-se uma trilha de desenvolvimento para os colaboradores.

Como palestrante participou de eventos Internacionais como o Global Forum America Latina e o Interaction Design.

É mentora do [Programa de Aceleração de Star ups do Grupo Abril](#)

É Mestre em Educação, Especialista em Gestão Estratégica da Informação e Professora de Design de Interação, Design Thinking e Information Design em vários Programas de Pós graduação em Minas e São Paulo. Dentre seus clientes estão SAMSUNG, GRUPO GERDAU, GRUPO KROTON, GRUPO FIAT, SEBRAE, CORREIOS, LOCAMÉRICA E GOVERNO DE MINAS.