DESIGN THINKING NA EAD: EXPERIÊNCIAS NO CST EM GESTÃO COMERCIAL

CURITIBA/PR MAIO/2018

Andréa Barbosa Delfini Paulo - UniOpet - deabarbs@gmail.com
Fernanda Rodrigues Pucci - UniOpet - fernanda.r.pucci@gmail.com
Mara Rúbia Muniz Monteiro - UniOpet - monteiro.mrm@gmail.com

Tipo: Relato de Experiência Inovadora (EI)

Categoria: Métodos e Tecnologias

Setor Educacional: EDUCAÇÃO SUPERIOR

RESUMO

Este estudo apresenta o desenvolvimento de um trabalho realizado no Curso Superior Tecnologia em Gestão Comercial das Faculdades Opet, na modalidade EAD. Trata-se da aplicação de projetos por equipes com o propósito de desenvolvimento de um modelo de negócio inovador construído a partir da metodologia do Design Thinking e BMG canvas. O objetivo principal do projeto é promover a integração entre a teoria e a prática dos conteúdos apresentados aos alunos. Implementado em 2014, e com ciclos de dois anos, tempo de duração do curso, o trabalho é aplicado por etapas e avança a cada período. Envolve estudantes, professores, comunidade e profissionais do mercado. Consta, atualmente, com cerca de 32 projetos com características de inovação, mas principalmente, com construção de conhecimento e aplicação efetiva, pois muitos se tornaram empresas dos próprios estudantes. Trata-se de um trabalho periódico, que traz resultados a cada seis meses, o qual colabora com a evolução do potencial dos alunos no decorrer do curso, sendo a sua metodologia aplicada por etapas, envolvendo as disciplinas do semestre aplicadas no projeto, construído colaborativamente pelos alunos do curso.

Palavras-chave: EaD. Design Thinking. Canvas. Aprendizagem inovadora.

Introdução

A Faculdades Opet é a primeira instituição particular do sul do Brasil a ofertar cursos na modalidade de tecnologia, e desde 2002 oferece também cursos de Especialização e MBA. Neste contexto de inovação e protagonismo, a educação a distância Opet vem ganhando credibilidade conforme implementa novos projetos de metodologias ativas. Sendo, pois, este o cenário que marca o presente Relato de Experiência Inovador, o qual está baseado em um trabalho desenvolvido no CST em Gestão Comercial das Faculdades Opet, na modalidade EAD, com uma proposta construída a partir da metodologia do *Design Thinking* e BMG canvas a partir da realização de projetos por equipes, com o propósito de desenvolvimento de um modelo de negócio inovador.

Em consonância com os objetivos e educacionais e proposição da IES – quanto à inovação, pioneirismo e transformação pela educação – foi desenvolvido o projeto de *Design Thinking (DT)* para a principal atividade de integração de conteúdos do curso de Gestão Comercial, o TCC, em um projeto de empreendedorismo.

Os principais objetivos de uso desse método são: integrar teorias e práticas; estimular a capacidade de inovar e empreender no aluno, vivenciando conceitos de modo autônomo na criação de um produto/serviço. As ações são direcionadas por técnicas que abarcam o mercado de trabalho e os conceitos estudados.

O desafio fundamental é fazer com que o aluno seja o protagonista das atividades e do seu método de aprender; onde o professor é um mediador e não um apresentador de conteúdos, alterando as práticas pedagógicas tradicionais.

Contextualização da proposta de *Design Thinking* na EAD

O Grupo Opet foi fundado em 25 de janeiro de 1973, ofertando cursos profissionalizantes. Pioneiro na oferta de cursos de informática, formando mais de 100 mil profissionais. Atualmente é composto pela Editora Opet, que além da gráfica, possui o Centro de pesquisa e desenvolvimento pedagógico que produz e distribui o sistema de ensino Opet.

O Grupo possui também uma cidade Mirim, onde é praticada a cidadania e os valores sociais, projeto referência nacional na educação infantil e ensino fundamental, que passou a ser utilizada nos cursos de graduação de Pedagogia, Direito, Gestão Comercial, Processos Gerenciais, entre outros.

Em 2010, a Educação a Distância tem início com os cursos de Gestão Comercial e Pedagogia. Nesse percurso, ganhou destaque as Faculdades Opet com a utilização de novas tecnologias de ensino-aprendizagem e da gestão educação. De tal modo que passou a integrar, em 2014, o consórcio STHM Brasil *Laspau*, dando início à implantação de metodologias ativas de aprendizagem.

Foi nesse cenário que a IES propôs o projeto de *Design Thinking (DT)*, em uma perspectiva inovadora e empreendedora.

O DT é uma técnica que facilita o raciocínio criativo e não linear (BROWN, 2010). Foi incorporado por empreendedores no desenvolvimento rápido da inovação em negócios e produtos. Em síntese, “o *design thinking* é um processo para a resolução de problemas complexos, desenvolvido colaborativamente [...]” (MARTINS FILHO *et al*, 2015, p.587).

Quanto ao Business Model Canvas, foi proposto por Alexander Osterwalder (2004). Trata-se de uma ferramenta que auxilia desenvolvimento de modelos de negócio (OSTERWALDER; PIGNEUR, 2004).

O DT e o canvas têm sido utilizados no campo educacional como mediador dos processos de ensino e aprendizagem.

Na proposta do projeto construído pela IES, o método engloba o DT e o Canvas BMG (OSTERWALDER, 2004), a observação de cenários, necessidades dos clientes, e projeção de modelos inovadores, com estratégias viáveis de negócios e criação facilitada de oportunidades no CST em Gestão Comercial.

Procedimentos metodológicos

O projeto elaborado pelas Faculdades Opet com base na metodologia do *Design Thinking* e BMG canvas, foi desenvolvido no Curso Superior Tecnologia em Gestão Comercial, na modalidade EAD, sendo implementado em 2014, e com ciclos de dois anos. Já participaram cerca de 200 estudantes a cada ciclo, 19 professores e profissionais do mercado, além de duas professoras responsáveis pelo projeto. Incluiu cerca de 32 projetos.

Trata-se de um trabalho periódico, que traz resultados a cada seis meses. É aplicado por etapas e envolve as disciplinas do semestre, sendo construído colaborativamente pelos alunos do curso.

Apresentação do projeto

O projeto envolve todos os períodos do curso de Gestão Comercial. Até o momento, já capacitou 12 professores, para as orientações quanto a cada conteúdo aplicado nos projetos; e mais 5 tutores, para direcionar e mediar as atividades nos encontros presenciais (a cada 15 dias). Além disso, envolveu em torno de 200 alunos a cada ciclo desde o primeiro semestre do curso até 2017 (figura 1).

Figura 1: Desenvolvimento do projeto.

Fonte: Arquivo do curso 2017.

Nota: Turma de alunos do primeiro período desenvolvendo seus projetos.

Desde o primeiro semestre os alunos desenvolvem projetos de DT com o propósito de criar um produto sustentável e inovador. Nessa etapa, aplicam-se as disciplinas de fundamentos de gestão para delinear a proposta, gestão de *marketing* para estruturar estratégias de mercado, sistemas de informação para levantamento de oportunidade e análise do mercado potencial e gestão de pessoas para a organização da proposta.

Na segunda etapa e período do curso, os alunos devem desenvolver seu segmento de mercado, e utilizam das disciplinas de pesquisa, *marketing* de serviços, comportamento do consumidor e logística. O momento é delinear um mapa de empatia (ou Persona) e fazer a compreensão do segmento escolhido (figura 2).

Figura 2: Mapa da empatia.

Fonte: arquivo do curso 2017.

Nota: Persona de um projeto construído pelos alunos.

Na terceira etapa acontece o desenvolvimento da proposta em si, ela deve atender as necessidades levantadas. Os alunos utilizam das disciplinas de metodologia e planejamento e “casam” as informações no mapa Proposta de Valor, e levam em consideração tudo que foi estudado.

Na etapa final, os alunos desenvolvem um modelo de negócios com base no Canvas BMG. Nesse momento, são testados todos os conhecimentos desenvolvidos. *Marketing* de relacionamento, gestão de *marketing*, de vendas, planejamento estratégico entre outras exigidas para o preenchimento do mapa canvas (figura 3).

Figura 3: Mapa Canvas BMG exemplo.

Fonte: SHERER, 2014.

Nota: o mapa canvas apresenta uma estrutura a ser preenchida que facilita a visualização de situações específicas.

Um dos trabalhos desenvolvidos em 2016 foi o de um caminhão Baú com capacidade de se adaptar à diferentes alturas de produtos e ambientes de abastecimento. O Canvas BMG foi completado com todas as informações de nichos e de conteúdos contemplados em cada matéria (figura 4).

Figura 4: Canvas Caminhão Baú.

Fonte: Arquivo do curso 2016.

Nota: Caminhão Baú descrito com o Canvas BMG.

Além do Canvas BMG, apresentado o desenvolvimento, passou-se da ideação para a prototipação (figura 5).

Figura 5: Prototipação.

Fonte: Arquivo do curso 2016.

Nota: Protótipo desenvolvido para apresentar a ideia.

Cada uma das etapas é mediada pelos tutores presenciais, as dúvidas com relação ao processo e o método de desenvolvimento das propostas são sanadas pelos próprios mediadores. A proposta completa é apresentada para o corpo docente do curso e para empresários de Curitiba, numa feira de novos negócios. As equipes defendem suas estratégias em um tempo reduzido e conversam com profissionais do mercado recebendo seu *feedback* em relação à proposta.

Para que o projeto aconteça ao longo dos períodos os alunos precisam ter passado por cada uma das disciplinas, mas como um dos objetivos é gerar autonomia de estudo, o processo pode ser aplicado e desenvolvido por alunos em qualquer etapa do curso, o que caracteriza a gestão participativa do projeto. Os alunos são os decisores dos critérios necessários e desenvolvem seus próprios percursos para ir de encontro a esse conhecimento.

Discussão dos resultados

Como a implantação dessa metodologia tem o objetivo de promover a integração dos conceitos teóricos com a prática, e assim, desenvolver a capacidade de inovar do discente, aprimorando seu talento empreendedor e provocando a tomada de decisão, os resultados estão relacionados a estes objetivos.

Por se tratar de um projeto periódico com ciclos de quatro períodos, pode ser avaliado com frequência e a cada conclusão de curso por uma turma de estudantes. Esta facilidade permite comparar a produtividade acadêmica dos alunos e o uso completo dos conhecimentos adquiridos. Assim, é possível atualizar a proposta, e implementar alterações e inovações a cada semestre conforme os *feedbacks* dos protagonistas que são os acadêmicos, e dos profissionais do mercado com suas impressões sobre a produção e, também dos professores, com as avaliações sob critérios prévios comparados.

Cada etapa realizada no método do DT requer que o aluno revise os conteúdos de períodos já cursados, para que ele tenha uma densa visão tanto do produto/serviço que está sendo elaborado quanto do mercado, o que refletiu em conquista total dos alunos, pois preferem o trabalho prático ao teórico (artigo científico), e recebem formação mais ativa e empreendedora com produtos e serviços sustentáveis.

Houve, ainda, intensa integração entre os estudantes, promovendo seu *network* antes

de sair da Faculdade, com a realização de contatos com os profissionais avaliadores e observadores das propostas apresentadas no projeto e, assim maior integração com o mercado.

Também é importante destacar outro resultado relevante. Com dados de pesquisa de CPA os alunos apontaram a aprovação do método em 35% de uma turma para outra, e observou-se também melhoria significativa nos índices oficiais como a prova do ENADE. Onde houve a melhoria de 15% nas questões específicas e gerais de 2015 em comparação com a edição anterior.

Além disso, comparando os índices anteriores de aplicação do projeto, os resultados vêm sendo bastante inspiradores. O primeiro indicador é o de participação dos acadêmicos nos encontros presenciais, que não são obrigatórios, onde ocorreu uma ampliação de 10 % no 3º período e 70% no 4ª período; um aumento total de 35% do primeiro para o último período do curso. E um aumento de 10% de uma turma concluinte para outra. Ou seja, não apenas os encontros foram mais proveitosos e participativos, como a empolgação com a produtividade foi repassada para as turmas seguintes com a apresentação dos projetos.

Considerações finais

Com o projeto proposto pelas Faculdades Opet, baseado na metodologia do *Design Thinking* e BMG canvas, o curso de Gestão Comercial objetivou romper com a forma tradicional de ensino/aprendizagem produzida anteriormente por meio dos artigos ou monografias escritas no Trabalho de Conclusão de Curso. O projeto pretende promover a gestão participativa dos estudantes na definição de seus próprios percursos e critérios no processo de ensino/aprendizagem, com a autonomia completa do aluno, mediado por tutores.

O método aplicado intenciona promover a experiência do aluno junto aos seus métodos de estudo, modificando não só o desenvolvimento do conhecimento como a forma de avaliação e os critérios adotados.

As atividades e projetos surgiram no intuito de promover o aprendizado protagonizado pelo aluno com os docentes apenas mediando. Os projetos promovem o aprendizado colaborativo, o desenvolvimento de habilidades de trabalho em equipes e a integração com a prática. Além disso, a interdisciplinaridade promovida nas atividades é fundamental para que os alunos desenvolvam cada uma das etapas, onde os conteúdos das disciplinas são aplicados.

Este projeto destaca-se em relevância, pois prepara o estudante para atuar no mercado, lidando com informações verdadeiras, em que eles podem estender para um projeto pessoal, inserindo-se no mercado de trabalho como autônomo ou como intraempreendedor. Muitos dos empresários participantes acreditam nos potenciais dos projetos, indicando financiadores, ou contatos.

Referências

BROWN, Tim. ***Design Thinking***: uma poderosa metodologia para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

MARTINS FILHO, Vilson *et al.* Design thinking, cognição e educação no século XXI. **Revista Diálogo Educacional**, v.15, p.580-596, mai./ago. 2015. Disponível em: . Acesso em: 09 mai. 2018.

OSTERWALDER, Alexander. ***The Business Model Ontology: a proposition in a Design Science Approach***. PhD Thesis, University of Lausanne, Switzerland, 2004.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. ***Business Model Generation*** - Inovação em Modelos de Negócios: um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2011.