



PROGRAMA ^{2.0}
UX Unicórnio

Ementa Completa

Carga horária

Carga horária: 100h em vídeos na trilha principal, 200h de experiência completa com conteúdos e desafios. Mais de 300h de gravações de aulas ao vivo e análises de portfólio.

Sobre o Instrutor

Leandro Rezende é Senior UX Designer atuando como Lead UX Researcher na TrustArc, uma empresa de gestão de privacidade de dados do Vale do Silício com clientes como Forbes, Oracle, Microsoft e Formula 1.

Com mais de 60.000 alunos e satisfação superior a 90% em seus cursos, é autor do Best Seller "UX e Design Thinking: Experiência do Usuário nos Negócios" com alunos em mais de 60 países, autor do Programa UX Unicórnio e autor e coordenador da primeira Pós-Graduação em UX Research, Operações de Pesquisa e Liderança em Design do país.

Formado pela Universidade de Brasília e MBA Governança e Gestão de TI, ao longo dos últimos 17 anos especializou-se em Experiência do Usuário, Desenvolvimento web Front-end e Gestão.

Coleciona mais de 20 certificações internacionais em UX acreditadas pela NN/g Nielsen Norman Group, a mais reconhecida instituição de pesquisas com usuários do mundo - UXMC Master Certificate com especialidade em Interaction Design, UX Research e UX Management. Também detém certificações internacionais em TI como ITIL Foundation, ITIL OSA, ITIL RCV, COBIT, CSM, ISO 20k e SAFe Agilist.

Participou da construção de mais de 100 sites e sistemas no Brasil e no Exterior e, nesse tempo, co-fundou/trabalhou em 9 Startups, algumas delas apoiadas pelas aceleradoras Startup Farm, Y Combinator, Oxigênio e Plug and Play.

Participa como mentor em eventos de empreendedorismo como Startup Weekend e Colmeia da Inovação (setor público). É colaborador do IxDA Brasília (Interaction Design Association) e já passou por empresas como Accenture, Globo e STF.

Conteúdo programático

O Programa UX Unicórnio é 100% focado em formar profissionais — e não apenas ensinar técnicas. Centenas de alunos têm conquistado novas posições no mercado mesmo vindo de áreas do Direito, Psicologia, Jornalismo, dentre outras. Apesar de ser um curso de Design, foi projetado para qualquer profissional que trabalha com inovação.

Os módulos não são vendidos separadamente, pois o conhecimento generalista do programa é o mais valioso para o profissional se tornar completo. Módulos especialistas são ensinados para que cada profissional se aprofunde na disciplina que deseja sem deixar de conhecer outras habilidades importantes.

Toda **teoria** é explicada com exemplos **práticos** e o aluno é incentivado a aplicar em seu próprio desafio para criar um case de portfólio e comprovar suas habilidades para líderes ou recrutadores. Durante o desafio, os alunos são incentivados a exercitar softskills desejadas pelo mercado (comunicação, facilitação, comprometimento, autonomia, propósito, etc).

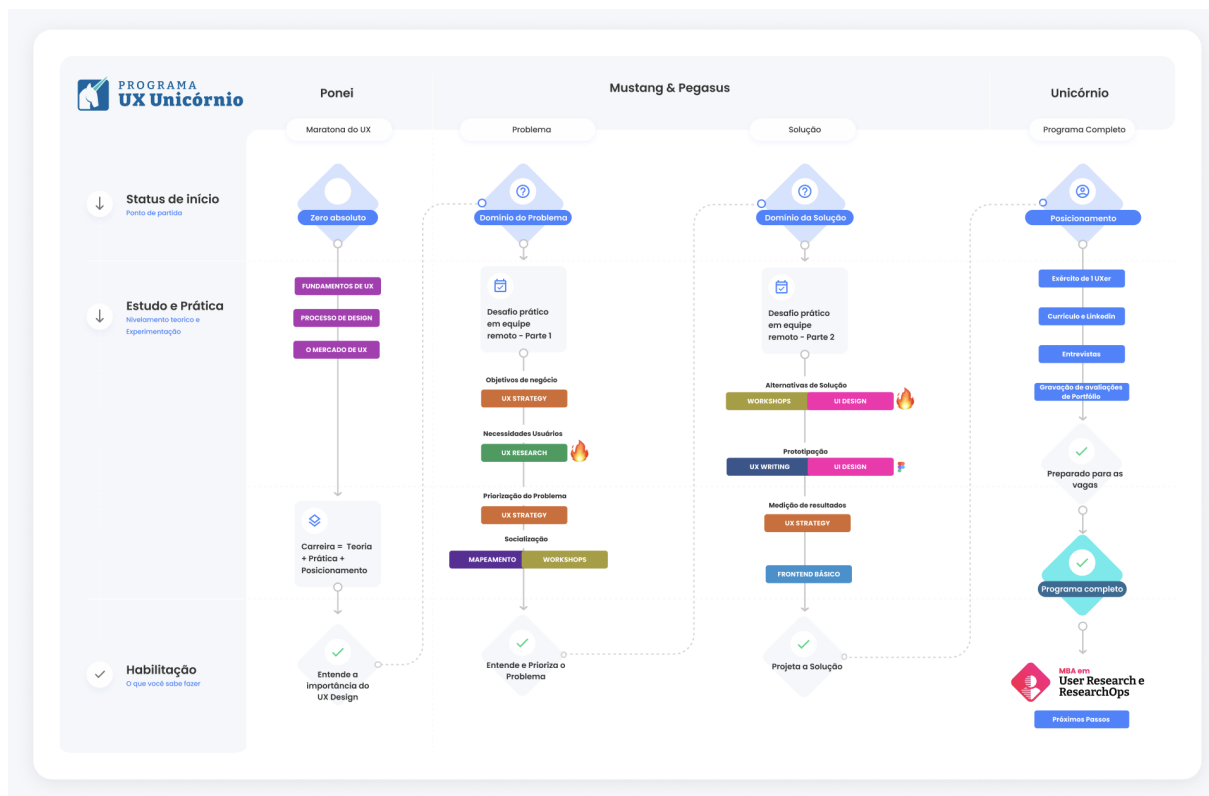
Além da **Teoria e Prática**, o aluno aprende sobre como se **posicionar na carreira**, criar seu currículo, linkedin, portfólio e se preparar para entrevistas e trabalhos como funcionário, consultor, empreendedor ou freelancer.

O programa é dividido em 3 grandes módulos:

Módulo Pônei: o aluno sai do absoluto zero e entende a importância do design nos resultados das organizações e nunca mais pensará em inovação da mesma forma.

Módulo Mustang: o aluno resolve seu primeiro desafio de design com foco nos usuários, pesquisando com pessoas reais e projetando uma solução para criar um Case de UX de mercado profissional.

Módulos Pégasus: conjunto de 7 temáticas aprofundando nas especialidades mais necessárias e requisitadas pelo mercado como design de interfaces, estratégia, pesquisa, mapeamento de experiências, escrita para usuários, facilitação de workshops e desenvolvimento frontend.



Ver jornada ampliada: <http://uxunicornio.com.br/journey>

Módulo Pônei

Carga horária: 8 horas

Objetivo: entender o mercado de UX Design, o propósito da profissão e solucionar um problema de design na prática. Entender a nova estratégia de ensino e os primeiros passos no aprendizado.

1. Manual de sobrevivência

Aulão ao vivo inaugural na primeira semana

1.1 Como acessar a comunidade de discussão

1.2 Como baixar materiais de apoio como ebook, audiobook e notion com inúmeras referências para você aprofundar nos estudos

2. Introdução à Carreira

2.1 A importância da Teoria, Prática e Posicionamento

2.2 Níveis Júnior, Pleno e Senhor

2.3 Mercado, Salários e Oportunidades

2.4 Habilidades mais requisitadas no mercado

2.5 Desafio Prático introdutório

2.6 Estratégia de ensino - Teoria, Prática, Posicionamento

3. Mapa da Carreira

Análise de 1000 vagas mostrando os padrões de disciplinas mais requisitadas do mercado

Módulo Mustang

Carga horária: 12 horas (aulas novas sendo gravadas e será ampliado)

Objetivo: entender conceitos fundamentais de UX Design, escolher seu desafio, formar o grupo e iniciar o aprendizado prático. Módulo com conteúdos exclusivos do MBA em User Research, Operações de Pesquisa e Liderança.

4. Conceitos Fundamentais AULAS DO MBA

- 1.1 Interfaces, Usabilidade e UI Design - Design de Interfaces*
- 1.2 Inovação, UX Design e Retorno de Investimento*
- 1.3 Tipos de Clientes, CX, Design de Serviço, Empatia e Alteridade*
- 1.4 Diferença entre Usuário, Cliente, Cliente do Cliente*
- 1.5 Design de Serviço*

5. Esquentando os Motores com Lápis e Papel

- 2.1 Template para desenhar*
- 2.2 Textos e Conteúdos, Elementos de Tela e Outros Componentes, Fluxos de Usuários, Anotações, Ícones*
- 2.3 Exercício Prático começando pelo papel*
- 2.4 Preparando teste com usuário*
- 2.5 Primeiro contato com UI Design*

6. Discovery e análise do problema antes do visual AULAS DO MBA

- 3.1 Discoveries, Solutioneering e Problemas mal definidos*
- 3.2 Design Thinking, Problemas bem definidos*
- 3.3 Cenários de descoberta (features, produtos, regulações etc)*
- 3.4 Tempo de Discovery, Entrevistando Stakeholders e Estudo de Caso*
- 3.5 Definição de problemas e objetivos*
- 3.6 Papéis na descoberta*
- 3.7 Estudo de caso: Plano de Discovery*

7. Tipos de Pesquisa e Exemplos Práticos AULAS DO MBA

- 3.1 Pesquisas qualitativa e quantitativa*
- 3.2 Pesquisas comportamentais e atitudinais*
- 3.3 Fases de aplicação das pesquisas*
- 3.4 Tipos de pesquisas mais comuns*
- 3.5 Estudo de caso e exemplos práticos selecionados*
- 3.6 Pesquisas remotas ou presenciais*

3.7 Pesquisas moderadas e não moderadas

3.8 As quatro principais etapas da pesquisa

3.9 Projetos, Produtos e Funcionalidades

3.10 HMW, Hipóteses e ROI

8. Vieses cognitivos que atrapalham as pesquisas AULAS DO MBA

5.1 Como funciona a mente humana

5.2 O que é um viés cognitivo

5.3 10 vieses mais comuns em pesquisas - Confirmation Bias, Anchoring Bias, Framing, Social Validity, Serial-Position Effect, Comparison Bias, Dunning Kruger Effect, Clever Hans Effect, Implicit bias, False consensus Effect, Acquiescence Bias

9. Escolha do desafio, ferramentas e formação de equipes

8.1 Slack, Trello Mural, Google Drive, Medium, UX Folio

10. Entendendo o processo básico de solução de desafio de design

9.1 Espaço do Problema

9.1.1 Problema e Objetivo de Negócio

9.1.2 Problema e Contexto do Usuário

9.1.3 Priorização do Problema

9.2 Espaço da Solução

9.2.1 Priorização da melhor alternativa de solução

9.2.2 Prototipação

9.2.3 Avaliação somativa (summative)

9.3 Posicionamento na carreira

9.2.4 Exemplo de case de portfólio

9.2.5 Site de portfólio de talentos com dezenas de exemplos de destaque

9.2.6 Abrindo a caixa preta dos critérios de avaliação do UX Unicórnio

Espaço do Problema

Módulo Pégasus UX Strategy Parte I

Carga horária: 5 horas (aulas novas sendo gravadas e será ampliado)

Objetivo: ensinar sobre os objetivos de negócio, gestão de stakeholders e compreender como UX Design se aplica nas metodologias ágeis.

11. Estratégia e UX

1.1 Roadmaps Responsivos

1.2 Importância da definição dos objetivos de negócio

12. Planejamento de Negócio

2.1 Proposta de valor

2.2 Business Model Canvas

2.3 Value Proposition Canvas

13. Retorno de Investimento e Patrocínio

3.1 ROI de UX

3.2 Mapeamento de Stakeholders

3.3 Patrocínio e priorização

14. Gestão de Projetos e Produtos

4.1 ROI de UX

4.2 Mapeamento de Stakeholders

4.3 Patrocínio e priorização

15. Como funcionam as metodologias ágeis

6.1 O mundo da tecnologia, MVPs e SCRUM

6.2 Dinâmica de Retrospectiva

6.3 A importância do Roadmap de Releases

16. Reuniões produtivas e LDJ para Facilitação entre Equipes

Módulo Pegasus UX Research

Carga horária: 16 horas

Objetivo: Aprofundar nas principais técnicas de pesquisa desde o planejamento e execução até seleção de participantes, análise e relatório.

1. Planos de Pesquisa AULAS DO MBA

com Raquel Bernabó, Senior Researcher na Thoughtworks

5.1 Montando um plano

5.2 Estudo de caso

5.3 Matriz CSD

2. Pesquisas Secundárias AULAS DO MBA

com Elenay Oliveira, Senior Researcher na NuvemShop

2.1 Fontes dados (dados desagregados, agregados, revisão bibliográfica, dados individuais, categorizados e interpretados)

2.2 Expansão do conhecimento vs Viés de distanciamento da realidade

2.3 Vantagens e Desvantagens do Método

2.4 Processo do planejamento à execução (objetivo, busca, coleta, classificação e síntese, análise, documentação e construção de resultados)

3. Questionários Survey AULAS DO MBA

com Pedro Vargas, Lead UX Researcher na Warren

- 3.1 Perguntas de pesquisa e perguntas de questionário
- 3.2 Amostra probabilística, não-probabilística e População
- 3.3 Erros e boas práticas
- 3.4 Leis e normas
- 3.5 Ferramentas
- 3.6 Polvo Survey e Diagrama de Erro Total de Survey
- 3.7 Recrutamento (esforço, recompensa e confiança)
- 3.8 Limpeza de dados
- 3.9 Análise das respostas
- 3.10 Apresentação dos resultados

4. Testes de Usabilidade **AULAS DO MBA**

com Raquel Bernabó, Senior Researcher na Thoughtworks

- 4.1 Tipos de Perguntas de Pesquisa respondidas por Testes de Usabilidade
- 4.2 Tipos de interfaces que podem ser testadas
- 4.3 Tarefas de teste de usabilidade
- 4.4 Definição de objetivos e priorização de perguntas de pesquisa
- 4.5 Seleção de participantes
- 4.6 Operações de teste e plano de teste de usabilidade
- 4.7 Anatomia de tarefas
- 4.8 Tipos de perguntas pós-tarefa
- 4.9 Como priorizar e ordenar tarefas
- 4.10 Questionários pós-tarefa e pós-teste
- 4.11 Estrutura de roteiro de teste
- 4.12 Posturas de moderador e observador
- 4.13 Análise de teste de usabilidade
- 4.14 Como entregar um relatório de teste de usabilidade

5. Entrevistas em Profundidade **AULAS DO MBA**

com Raquel Bernabó, Senior Researcher na Thoughtworks

- 5.1 Quando fazer entrevistas?
- 5.2 Tipos de entrevista (estruturada, semi estruturada e não estruturada)
- 5.3 Entrevista remota x presencial

- 5.4 *Estrutura do roteiro*
- 5.5 *Tipos de pergunta*
- 5.6 *Como elaborar perguntas*
- 5.7 *Perguntas a evitar*
- 5.8 *Entrevista piloto*
- 5.9 *Dicas de condução*

6. Pesquisas Longitudinais e Estudo Diário **AULAS DO MBA**

com Luccas Oliveira, Senior Researcher no Mercado Livre

- 6.1 *Pesquisa transversal, longitudinal, estática e temporal*
- 6.2 *Tipos de amostragem, coorte, painel e tendência*
- 6.3 *Impacto de dados em marcas e produtos, fatores de mudança e métricas*
- 6.4 *Hábitos, engajamento, jornadas, interseção entre canais*
- 6.5 *Momentos de pesquisa longitudinal*
- 6.6 *Big data e estudos longitudinais*
- 6.7 *Prós e contra (tempo, custo, sincronia com entregas)*
- 6.8 *Combinação de métodos (diários, entrevistas e testes)*
- 6.9 *Estimativas e modelos de tabulação*
- 6.10 *Impacto do estudo e expectativas de stakeholders*
- 6.11 *Recrutamento e engajamento (confiabilidade, articulação, incentivos, contato sem vieses)*
- 6.12 *Fatiamento de entregas e sincronia com backlog*

7. Outras Técnicas - Visão Geral

- 7.1 *Eye*
- 7.2 *Eye Tracking*
- 7.3 *Análise de cliques*
- 7.4 *Teste A/B*
- 7.5 *Teste de Intenções*
- 7.6 *Feedback de Clientes*
- 7.7 *Questionários de Intercepção*
- 7.8 *Estudos de Diário*
- 7.9 *Questionários / Survey*

7.10 Cardsorting

7.11 Desejabilidade

7.12 Teste de conceito

7.13 Design Participatório

8. Seleção de Participantes, Análise e Relatórios AULAS DO MBA

com Raquel Bernabó, Senior Researcher na Thoughtworks

8.1 Perfilamento, definição e priorização de características, perfis a evitar

8.2 Formas de encontrar o participante e Quantos participantes recrutar

8.3 Bonificação de participantes

8.4 Insight, Debriefing, Documentação, Padrões, Códigos

8.5 Mapa de afinidades, Softwares para análise

8.6 Formas de colaboração na análise e Ferramentas de análise (e entrega)

8.7 O que evitar

Módulo Pégasus UX Strategy — PARTE 2 de 2

Carga horária: 2 horas

Objetivo: entender como realizar a priorização de problemas a serem resolvidos.

1. Avaliação de produtos digitais

1.1 O que são métricas e sua importância em UX

1.2 Lagging e Leading Indicators

1.3 High Tempo Testing

1.4 Métricas de vaidade

1.5 KPI

1.6 NPS

1.7 CTR e Funil de conversão

1.8 Usuários ativos e Matriz de Cohort

1.9 LTV e CAV

1.10 Churn rate

1.11 Baseline

2. Métricas HEART para medir Experiência do Usuário

2.1 Felicidade

2.2 Engajamento

2.3 Adoção

2.4 Retenção

2.5 Sucesso nas tarefas

3. Métricas AARRR para Produtos Digitais

3.1 Aquisição

3.2 Ativação

3.3 Retenção

3.4 Recomendação

3.5 Receita

4. Métricas de Equipe e OKRs

Módulo Pegasus UX Mapping

Carga horária: 7 horas

Objetivo: Entender como mapear jornadas, necessidades, criar relatórios e analisar dados.

1. Mapeamento de Experiências

1.1 Mapeamento de Experiências

1.2 Mapeamento de usuários

1.3 Mapeamento de empresas

1.4 Cadeia de valor

1.5 Mapeamento simplificado

1.6 Plano de mapeamento

2. Momentos da Verdade

2.1 Momento Zero da verdade

2.2 Primeiro momento da verdade

2.3 Segundo momento da verdade

3. Os principais mapeamentos em UX

3.1 Jornada do Usuário

3.2 Transformando Jornadas em Oportunidades

3.3 Service Blueprint

4. Comunicando o mapeamento e estudos de UX

4.1 Ecossistema de aplicações e canais

4.2 Benchmarking

5. Mapeamento para websites

5.1 Fluxo de usuário

5.2 Sitemaps

5.3 Taxonomia

5.4 Golden path

Espaço da Solução

Módulo Pégasus Facilitação de Workshops

Carga horária: 3 horas

Objetivo: aprofundar nas principais técnicas do mercado para promover a colaboração de equipes e sair da ideia a uma solução testada com usuários em apenas uma semana.

1. Facilitação

1.1 Lightning Decision JAM

1.2 Sprint 2.0

Módulo Pégasus UX Writing

Carga horária: 5 horas

Objetivo: aprofundar em técnicas para selecionar as melhores palavras para criar interfaces fáceis de entender, fáceis de usar e que ajudam os usuários a atingirem seus objetivos com satisfação e assertividade.

1. UX Writing — Content First

2. Microcopy e Melhor Leiturabilidade

3. Introdução ao UX Writing

3.1 Objetivos do UX Writing

3.2 Objetivos do Microcopy

3.3 Objetivos do Content Strategy

3.4 Boas práticas vs Pesquisas

4. Ferramentas de UX Writing

4.1 Desk research de conteúdo

4.2 Guia de recomendações

4.3 Análise de palavras

4.4 Auditoria e Guia de recomendações

4.5 Vocabulários de personas

4.6 Mapa da empatia com foco em UX Writing

4.7 Mapa de jornada com foco em UX Writing

4.8 Wireframes e Lorem Ipsum

4.9 Microcopy canvas

4.10 Cardsorting

4.11 Tree Testing

5. Tom de Voz

5.1 4 dimensões do Tom de Voz

5.2 Como criar Tom de Voz

6. Heurísticas de Conteúdo

6.1 Heurísticas universais

6.2 Botões

6.3 Títulos

6.4 Descrições

6.5 Estados vazios

6.6 Rótulos

6.7 Controles

6.8 Formulários

6.9 Auto preenchimento de campos

6.10 Textos Transacionais

6.11 Diálogo e Confirmação

6.11 Notificações e Tooltips

6.12 Mensagem de Erros

6.13 Onboarding

6.14 Dashboards

6.15 E-mails de aplicações

7. Fechamento

7.1 Acessibilidade dos textos

7.2 Trabalhando feedbacks

Módulo Pégasus UI Design e Figma

NOVO - a Ementa está em Atualização e ainda em gravação

Carga horária: 35 horas

Objetivo: aprender os processos de design de interfaces, melhores práticas visuais e criação de guias de estilos na prática. Aprender princípios e uso da ferramenta de prototipação Figma, uma das mais populares no mercado atualmente.

1. O que é Design de Interfaces

- 1.1 Ferramentas, Processos e Repertório*
- 1.2 Relembrando as diferenças entre UX e UI Design*

2. Acabou o medo de inovar - Usando Lápis e Papel

- 2.1 Lápis, Papel e Formas Geométricas*
- 2.2 Seus primeiros rabiscos com 10 apps famosos*
- 2.3 Protótipos em Papel com vida do Spotify*
- 2.4 Prototipando TikTok no Figma*
- 2.5 Prototipando Airbnb no Figma - Elevando a barra*
- 2.6 Decompondo Spotify e Youtube*
- 2.7 Atomic Design e Guias de Estilos*
- 2.8 Ilustração de imagens e ícones avançada em UX*

3. Figma - App Nubank e overview da ferramenta

- 3.1 Canvas, Camadas, Ferramentas e Propriedades*
- 3.2 Componentes*
- 3.3 Responsividade e Constraints*
- 3.4 Grids de 8 pontos, Box Model e Plugin de Vetorização*

4. Figma - Feature Site Land Rover - Responsividade e recursos avançados

- 4.1 Organizando Componentes*
- 4.2 Componentes Interativos e Propriedades de Textos, Formas e Efeitos*

5. Figma - Dark UI Dashboard - Gráficos e Posicionamento

5.1 Referências visuais para dashboards

5.2 Gráficos de pie, donut, line e bar

5.3 Fill container, Hug Contents e Absolute position

6. Figma - Flo - Protótipos

6.1 Criando o app Flo

6.2 Criando interações

6.3 Transições de Animações

7. Usabilidade e a Mente Humana **AULAS DO MBA**

7.1 Percepção Visual e Gestalt

7.2 Atenção, Memória, Familiaridade e Aesthetic Usability Effect

7.3 Heurísticas de Nielsen

7.5 As leis de UX

7.6 Trends Padrões emergentes e motivadores humanos

7.7 Cores - Princípios

7.8 Cores - Teoria e Acessibilidade

7.9 Cores - Aplicações em produtos e guias de estilos

7.10 Cores - Configurando o Design System no Figma

7.11 Tipografia - Princípios

7.12 Tipografia - Aplicações em produtos

7.13 Tipografia - Configurando o Design System no Figma

7.14 Botões - Princípios

7.15 Botões - Configurando o Design System no Figma

7.16 Formulários - Princípios

7.17 Formulários- Aplicações em Produtos

7.18 Formulários - Configurando o Design System no Figma

7.19 Plugin Starprops para documentação de styleguide e nova ferramenta de Widget do Figma Draft

8. Repertório de Telas, Componentes e Design Systems

8.1 Componente - Elementos de Controle

- 8.2 Componente - Barra de Controle
- 8.3 Componente - Imagens
- 8.4 Componente - Overlays
- 8.5 Componente - Itens de Visualização
- 8.6 Aumentando o repertório com tipos de telas
- 8.7 Telas - Celebração
- 8.8 Telas - padrões de dados
- 8.9 Telas - Página de Conteúdo
- 8.10 Telas - Página de redes sociais
- 8.11 Telas - Comunicação
- 8.12 Telas - Ações Comuns
- 8.13 Telas - E-Commerce
- 8.14 Telas - Onboarding
- 8.15 Telas - Outros padrões Úteis
- 8.16 Aumentando Repertório com Design Systems
- 8.17 Material Design 3? 4? 5? Prepare-se para a evolução

9. Wireframes

- 9.1 Fundamentos de nível de fidelidade
- 9.2 Referências para wireframes
- 9.3 Wireframes de Vieses com Richard Jesus - UX Manager Pipedrive Estônia

10. Processo de Design com clientes

- 10.1 Do contrato ao Handoff

11. Vaga de UI Design. Como se preparar para um desafio real

- 11.1 Introdução ao desafio
 - 11.2 Dicas para revisão final
 - 11.3 Apresentações para o cliente
-

Módulo Pégasus Frontend Básico

Carga horária: 5 horas

Objetivo: dar uma visão geral sobre HTML5, CSS3, como funciona a internet e dar ao aluno a compreensão necessária para entender sobre viabilidade técnica na hora de projetar soluções visuais.

1. Como funciona a Internet

1.1 Manipulando aplicações no navegador

1.2 Entre o servidor e o computador

1.3 Ux e otimização de performance

1.4 Diferença Frontend e Backend

1.5 Entendendo o WWW

1.6 Primeiro contato com HTML, CSS e JS

1.7 Browsers e Compatibilidade

2. HTML 5

2.1 HTML sem semântica

2.2 HTML com semântica

2.3 Como aplicar HTML e principais tags

3. CSS 3

3.1 Como aplicar CSS e principais propriedades

4. Bootstrap Básico - Framework JS

5. Materialize Básico - Framework JS

1. Criação de uma página HTML + CSS + Materialize na prática

Módulo Obrigatório — Posicionamento de Carreira

Carga horária: 8 horas

Objetivo: ensinar como se posicionar no mercado para chamar a atenção dos recrutadores e conquistar vagas.

2. Currículo

- 1.1 estruturação do currículo*
- 1.2 apresentação do currículo*
- 1.3 método C.A.R.*

3. LinkedIn

- 2.1 O que colocar*
- 2.2 O que NÃO colocar*
- 2.3 Privado ou aberto?*
- 2.4 Como gerar conteúdo de qualidade*

4. Portfólio

- 3.1 Estruturação do portfólio*
- 3.2 Apresentação do portfólio*
- 3.3 Detalhamento de toda nossa estratégia de avaliação*

5. Entrevistas

- 4.1 Lives com recrutadores*

Módulo Bônus: Times de UX de uma pessoa só

Carga horária: 8 horas **AULAS DO MBA**

Objetivo: ensinar a trabalhar em um dos cenários mais comuns: quando você é o primeiro designer da empresa, ou o primeiro designer do time, ou o primeiro designer do produto, enfim, quando você é o responsável pelo sucesso do design.

1. A realidade de times com apenas um designer

- 1.1 Maturidade das empresas no Brasil;*
- 1.2 Problemas comuns e posturas para evitá-los;*

2. Como construir confiança nos primeiros 90 dias

- 2.1 Erros comuns de Juniors;*
- 2.2 Erros comuns de Seniors;*

3. Checklist do primeiro mês de trabalho como UX

- 3.1 Fontes de conhecimento para acelerar aprendizado*
- 3.2 Como construir relacionamento para ter apoio no futuro*

4. Como se comunicar fora da curva e reduzir microgerenciamento

- 4.1 Por que a comunicação é o principal problema da maioria das equipes*
- 4.2 Como gerenciar expectativas*
- 4.3 Estratégias para não bater de frente e criar resistências*
- 4.4 Estratégias para jogar luz nas conquistas e compartilhar insights*
- 4.5 Como ganhar a atenção de diferentes tipos de públicos*
- 4.6 Como lidar com feedback e design critique*
- 4.7 Como buscar aliados e usá-los para se comunicarem por você*
- 4.8 Como quebrar objeções em relação a UX e UX Research*

5. Processos colaborativos, mesmo sendo um só

- 5.1 O que fazer quando começar em um projeto e zero processo definido*
- 5.2 Identificando objetivos de negócios*
- 5.3 Identificando necessidades dos usuários ainda sem patrocínio*
- 5.4 Avaliando a experiência com heurísticas e pesquisas secundárias*
- 5.5 Critérios de priorização e negociação para baixa maturidade*
- 5.6 Técnicas de prototipação*
- 5.7 Testes fáceis de realizar e de baixo investimento*

6. Protegendo seu tempo

- 6.1 Como usar um timebox*
- 6.2 Como dizer não*
- 6.3 Importância dos templates*
- 6.4 Delegando e buscando aliados*
- 6.5 Registros que ajudam nas negociações*

Inscrições abertas de 22 a 25 de agosto de 2022.

O autor se reserva no direito de ampliar ou ajustar a ementa com base no histórico de sucesso dos alunos buscando resultados melhores.