



AI + UX

**MBA EM INOVAÇÃO
ORIENTADA À INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL E EXPERIÊNCIA
DO USUÁRIO**

De designer que faz "tela bonita" para design
engineer que domina IA + UX Avançado

Visão Geral

A realidade do mercado mudou.

Não basta mais criar "telas bonitas". O mercado quer profissionais que:

- ✓ **Dominam IA aplicada a UX** — não apenas usam, mas **constroem** soluções
- ✓ **Validam produtos** antes de desenvolver — economizando meses e fortunas
- ✓ **Pensam como engenheiro** e executam como designer
- ✓ Lideram squads com autoridade técnica real

Esse profissional tem um nome: Design Engineer.

E o mercado está pagando 2-3x mais por isso:

→ **Designer tradicional:** R\$ 3-5k/mês

→ **Design Engineer:** R\$ 10-18k/mês

A janela está aberta **AGORA**.

Nos próximos 2-3 anos, isso vai virar requisito básico.

Conteúdo Programático do MBA

Confira o programa completo

O MBA foi estruturado em **3 eixos progressivos** que cobrem toda a jornada de um Design Engineer:

→ Da pesquisa com usuários

→ Até a entrega de produtos validados usando IA

→ E toda expertise em processos e liderança necessários para sair do campo das ideias e ir para o campo dos **resultados e impacto**

Não é teoria empilhada. É metodologia aplicável desde o primeiro dia.

Eixo 1: Dominando a Mente Humana e a Inteligência Artificial

O QUE VOCÊ VAI DOMINAR:

Sair do primeiro trimestre dominando as ferramentas mais modernas de IA e UX Research do mercado — e sabendo aplicar tudo isso em **produtos reais**.

01. Inteligência Artificial, UX Research e Product Discovery

Como usar IA para acelerar pesquisa, gerar insights e validar hipóteses 10x mais rápido

Fundamentos em IA:

- A importância de conectar Experiência do Usuário e Inteligência Artificial
- Inteligência Artificial
- Machine Learning: Aprendizado supervisionado e não supervisionado
- Deep Learning
- Large Language Models
- IA Generativa
- A evolução da IA Generativa — uma jornada histórica
- Entendendo os Large Language Models (LLM)
- Large Language Model 101

Tipos de Inteligência Artificial:

- Narrow AI (IA Estreita/Fraca): definição, exemplos e limitações
- General AI (IA Geral): características e potencial
- Super AI (IA Superinteligente): conceito e implicações
- IA Generativa: definição e aplicações atuais
- Exemplos de IA em uso no cotidiano
- Integração entre diferentes sistemas de IA (Mashups)
- Automação de processos completos
- Integração entre máquinas e sistemas
- Hibridização entre IA e seres humanos
- Transferência de conhecimento entre sistemas
- Fatores que impulsionaram o avanço da IA
- Aplicações da IA em diferentes setores

Impactos e Ética:

- Vieses e preconceitos nos dados
- Questões éticas e morais
- Privacidade e segurança de dados
- Desemprego e transformação do mercado de trabalho
- Deepfakes e desinformação
- Uso malicioso da tecnologia
- Necessidade de regulamentação
- Diferenças culturais e morais na implementação da IA
- O papel dos pesquisadores e profissionais

Fundamentos em RAG (Retrieval-Augmented Generation):

- Impactos primários do Prompt Engineering
- Introdução ao RAG
- Entendendo a lógica do prompt dinâmico
- Entendendo o banco vetorial
- Re-rank
- Otimização de query e cérebro
- Otimizações no RAG avançado
- Motor de decisão (supervisor)
- Alucinação, RAG e finalização

Fundamentos de UX, UI, CX, Service Design e Inovação:

- Interfaces, Usabilidade e UI Design
- Experiências, Jornadas de usuários e UX Design
- Design, Inovação e Negócio
- Diferença entre Usuário, Cliente e Cliente do Cliente
- Design de Serviço

Problemas, Objetivos, Hipóteses e Entrevistas com Stakeholders:

- Contexto do problema e da solução
- Cenários de discovery (features, produtos, regulações, etc)
- Estimativas de discovery
- Definição de problemas e objetivos
- Papéis na descoberta
- Guia de entrevistas com stakeholders
- **Estudo de caso:** Plano de Discovery

A Pesquisa de Experiência e a Pessoa Pesquisadora:

- Origens da pesquisa de UX
- Definições de pesquisa de UX
- Objetivos da pesquisa de UX
- Momentos e aplicações
- Etapas do processo de pesquisa de UX

Papéis em Pesquisa:

- Características da pessoa pesquisadora
- Outros papéis no projeto de pesquisa

Planos de Pesquisa: Estudo de caso:

- Plano de pesquisa

Tipos de Pesquisas e Exemplos Práticos:

- Pesquisas quali e quanti
- Pesquisas comportamentais e atitudinal
- Fases de aplicação das pesquisas
- Tipos de pesquisas mais comuns
- **Estudo de caso** e exemplos práticos selecionados
- Pesquisas remotas ou presenciais
- Pesquisas moderadas e não moderadas
- As quatro principais etapas da pesquisa
- Projetos, Produtos e Funcionalidades
- HMW, Hipóteses e ROI

Product Discovery:

- O que é Product Discovery
- Dual-Track Agile Development
- 3 tipos de Product Discovery
- Participantes e atuações no Product Discovery
- Matriz Incerteza x Impacto

Vieses Cognitivos em Pesquisas:

- Como funciona a mente humana
- O que é um viés cognitivo
- 10 vieses mais comuns em pesquisas

Jobs to Be Done:

- Definições
- Complexidade funcional, social e emocional
- Ferramentas
- JTBD em pesquisas quali e quanti

02. Agentes de IA e Automação Estratégica

Construa assistentes e agentes que automatizam tarefas repetitivas do seu workflow

Introdução

- Experiência com Agentes do Professor
- Por que esse "hype" com Agentes de IA?
- Agentes de IA 101 e Use Cases reais
- Como implementar na organização
- Framework para implementar Agentes de IA
- Modelo de maturidade das empresas (Gartner)
- Plataforma para criar agentes e Overview das configurações

Exemplos básicos:

- Job description e Onboarding na Empresa
- Tratando o dado de um website
- Tratando o dado de um arquivo
- Participantes e atuações no Product Discovery
- Matriz Incerteza x Impacto

Exemplos Intermediários:

- Definindo o processo do Agente
- Agente seguindo um processo + Agendando reunião

Exemplos Avançados:

- Overview sobre API
- Inserindo dados em uma planilha
- Coletando dados de um Google Sheets

03. UX Research Avançado

Metodologias que vão além de "entrevista com usuário" — pesquisa que gera decisões de produto

Pesquisas Remotas:

Como planejar, conduzir e analisar estudos remotos. Veremos técnicas, ferramentas, recrutamentos e as melhores práticas a serem seguidas.

Testes de Usabilidade:

Como recrutar, scripts para realização de testes, ferramentas, teste piloto, anatomia de relatórios, anatomia de tarefas, guia de facilitação, preparação de observadores, compartilhamento de aprendizados, estudo assíncrono e síncrono, moderado e não moderado, vieses, análise de severidade dos erros e sumários executivos.

Entrevistas com Usuários:

Quando entrevistar, tipos de entrevistas (estruturada, semi estruturada, não estruturada, pessoais e remotas), como criar perguntas de pesquisas, dicas de recrutamento, guia de entrevistas, como evitar vieses, como conduzir, construção de empatia, colas verbais e não verbais, como selecionar os principais insights, analisar e organizar os aprendizados.

Pesquisa Secundária:

- Fontes de dados (dados desagregados, agregados, revisão bibliográfica, dados individuais, categorizados e interpretados)
- Expansão do conhecimento vs Viés de distanciamento da realidade do negócio
- Vantagens e Desvantagens do Método
- Processo do planejamento à execução (objetivo, busca, coleta, classificação e síntese, análise, documentação e construção de resultados)

Questionários / Survey:

- Objetivo e Planejamento
- Perguntas de pesquisa e perguntas de questionário
- Amostra probabilística, não-probabilística e População
- Erros e boas práticas
- Leis e normas
- Ferramentas
- Polvo Survey e Diagrama de Erro Total de Survey
- Recrutamento (esforço, recompensa e confiança)
- Limpeza de dados
- Análise das respostas
- Apresentação dos resultados

Testes de Usabilidade:

- Tipos de Perguntas de Pesquisa respondidas por Testes de Usabilidade
- Tipos de interfaces que podem ser testadas
- Tarefas de teste de usabilidade
- Definição de objetivos e priorização de perguntas de pesquisa
- Seleção de participantes
- Operações de teste e plano de teste de usabilidade
- Anatomia de tarefas
- Tipos de perguntas pós-tarefa
- Como priorizar e ordenar tarefas
- Questionários pós-tarefa e pós-teste
- Estrutura de roteiro de teste
- Posturas de moderador e observador
- Análise de teste de usabilidade
- Como entregar um relatório de teste de usabilidade

Pesquisas Contextuais:

- Pesquisa contextual e inspiração na etnografia
- Criação de conexão (Rapport, Alteridade, Mestre x Aprendiz)
- Necessidades articuladas e não articuladas
- Melhores momentos para utilizar pesquisa contextual
- Delimitação de problema e criação de hipóteses
- Boas práticas e Matriz CSD
- Shadowing
- Framework AEIOU
- Framework 5 Human Factors
- Entrevista contextual

Entrevista em Profundidade:

- Quando fazer entrevistas?
- Tipos de entrevista
- Entrevista remota x presencial
- Estrutura do roteiro
- Tipos de pergunta
- Como elaborar perguntas
- Perguntas a evitar
- Entrevista piloto
- Dicas de condução

Pesquisas Longitudinais e Estudo Diário:

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

Pesquisas em Games:

- O que é um jogo, magic circle, game design e game loops
- Mercado de jogos e papéis
- UX, Jogos e Heurísticas
- Game User Research
- Avaliação de maturidade
- Recrutamento
- Laboratórios de Game User Research e Métodos de Pesquisa

Seleção de Participantes, Análise, Relatórios:

- Perfilamento, definição e priorização de características, perfis a evitar
- Formas de encontrar o participante e quantos participantes recrutar
- Bonificação de participantes
- Insight, Debriefing, Documentação, Padrões, Códigos
- Mapa de afinidades, Softwares para análise
- Formas de colaboração na análise e Ferramentas de análise (e entrega)
- O que evitar

04. MicroSaaS e Modelos de Negócios com IA

Como criar e validar produtos digitais próprios usando IA

- O que é um SaaS e o que são MicroSaaS
- IA na Jornada de Trabalho do Designer
- Principais componentes de um MicroSaaS — Da Landing Page às Assinaturas
- Prompt Engineering Avançado
- Principais tecnologias para construção de MicroSaaS
- Exemplos Práticos de Construção de MicroSaaS

05. Ferramentas de IA para Designers e Pesquisadores

Domine o stack completo: ChatGPT, Claude, IAs focadas em design, ferramentas de prototipação

- IAs para Conteúdo
- IAs para Pesquisa
- IAs para UI Design
- IAs para Produtividade

06. APIs de IA para Construção de Produtos Digitais

Integre IA nos seus protótipos — sem precisar programar do zero

- Os Building Blocks de uma solução de IA
- **Exemplo Prático:** Anthropic
- Principais LLMs disponíveis
- **Exemplo Prático:** Gemini
- Principais APIs Disponíveis
- **Exemplo Prático:** Clone de imagem
- **Exemplo Prático:** Open AI
- **Exemplo Prático:** Clone de vídeo
- **Exemplo Prático:** Clone de voz

Eixo 2: Research Ops e Operações de Design

O QUE VOCÊ VAI DOMINAR:

Como orquestrar processos de design e pesquisa de forma profissional, padronizada e escalável — **do jeito que empresas de tecnologia fazem.**

07. Estatística e Visualização de Dados (Toronto School of Management)

Transforme dados em decisões — gráficos, dashboards, storytelling com números

Entender conceitos básicos de matemática para dar a base para aprofundar em estudos de IA e Significância Estatística em Pesquisas de UX.

Permitir organizar os dados de pesquisa de forma a facilitar a interpretação, compreensão e a tomada de decisão consciente e segura.

Média, Moda, Mediana e Variância:

- Classificação de dados e variáveis
- Variáveis quantitativas ou numéricas
- Variáveis qualitativas ou categóricas
- Tratando e representando variáveis qualitativas
- Sumarizando variáveis quantitativas
- Medidas de tendência central (média, moda, mediana)
- Forma das distribuições
- Medidas de variabilidade (variância, desvio padrão, coeficiente de variação)

Amostras Probabilísticas e Não Probabilísticas e Intervalo de Confiança e Margem de Erro:

- Amostras probabilísticas
- Amostras não probabilísticas
- Cálculo amostral e parâmetros de amostras probabilísticas

Projetos de Pesquisas Quantitativo:

- Estrutura conceitual em projetos quantitativos de pesquisa
- Projetos quantitativos
- Causalidade
- Correlação
- Desenho de estudos com causalidade e correlação
- Características e cuidados com correlações
- Métricas
- Escalas
- Percepção
- Natureza e unidade
- Problemas
- Indicadores
- Conceito
- Propriedades
- Indicadores de experiência do usuário

Intro a Data Visualization:

- Big data vs DataViz
- Storytelling com DataViz
- Ferramentas de DataViz
- Visual Literacy: propósitos operacionais e analíticos
- Ferramentas Manual, Aided e Local vs Nuvem
- Ferramentas Programáticas
- Processo, Componentes e Efeito da Estética em DataViz
- Elementos de Representação Visual
- Tipos de Gráficos
- Design Principles para DataViz
- Apresentando Dados de forma Efetiva e Erros comuns
- Quiz para testar seu aprendizado (opcional)
- Overview da ferramenta Tableau
- Laboratório de Tableau
- Laboratório de Tableau 2
- Tableau vs QlikSense

08. Times de UX de Uma Pessoa Só

Como entregar resultado de nível "time completo" sendo apenas você (+ IA como multiplicador)

Comunicação, processos flexíveis, entendimento de problemas, priorização, testes, proteção de tempo, recusa e aprovação de projetos e estruturação de times.

A Realidade de Times com Apenas um Designer:

- Maturidade das empresas no Brasil
- O que significa ser um Time de Um UX Só
- Problemas comuns e posturas para evitá-los

Como Construir Confiança nos Primeiros 90 Dias:

- Como melhorar sua primeira impressão
- Erros comuns de Juniors
- Erros comuns de Seniors
- Como atuar nos primeiros 90 dias

Checklist do Primeiro Mês de Trabalho como UX:

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

Como se Comunicar Fora da Curva e Reduzir Microgerenciamento:

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

Processos Colaborativos, Mesmo Sendo Um Só:

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

Protegendo Seu Tempo:

- Como usar um timebox
- Como dizer não
- Importância dos templates
- Delegando e buscando aliados
- Registros que ajudam nas negociações

09. UX Design e Metodologias Ágeis

Integração real com squads de produto — sprints, refinamentos, cerimônias

Como encaixar o processo de design em metodologias ágeis. Falaremos também sobre métricas de negócio e outros assuntos relacionados à construção de produtos digitais.

Do Modelo Cascata ao Manifesto Ágil:

- Propósito
- Método Cascata
- Manifesto Ágil

Lean UX — Mudando de Entregáveis para Resultados:

- O processo de design
- Lean UX
- Dual Track Agile
- Triple Track Agile

O Scrum e Design:

- Scrum
- Scrum Team
- Scrum Events
- Scrum Artifacts

Técnicas de Design nas Diferentes Fases do Scrum:

- O papel do designer

10. DesignOps e ContentOps

Processos, bibliotecas, design systems — infraestrutura que faz você escalar

Responsabilidade e funções de um time de design, dimensionamento correto de equipes, ferramentas para criação de fluxo de trabalho, padronização e qualidade de entregas, medição das ações de design, patrocínio interno e relacionamento com os demais departamentos.

DesignOps: O que é e para o que serve saber disso?

- O que são Operações de Design?
- Quais as principais vantagens das operações de design?
- Cultura DesignOps

DesignOps: Como nós colaboramos juntos?

- Como nos organizamos?
- Como colaboramos?
- Como nos humanizamos?

DesignOps: Como nós entregamos nosso trabalho?

- Como padronizamos nosso trabalho?
- Como harmonizamos nosso trabalho?
- Como priorizamos nossos planos?

DesignOps: Como nosso trabalho traz impacto?

- Como medimos nosso trabalho?
- Como socializamos nosso trabalho?
- Como possibilitamos nosso trabalho?

Content Ops: UX Writing, estratégia de conteúdo e os pilares de Content Ops:

- Tipos de redação nas empresas
- "O meio é a mensagem" (McLuhan)
- UX Writing x Content Ops
- 4 pilares de Content Ops

Colaborando, Registrando e Medindo: processos e métricas de Content Ops:

- Pilares de Content Ops
- Processos
- Métricas do time
- Métricas do produto

Quem Somos e Onde Trabalhamos: pessoas e ferramentas em Content Ops:

- Pilares de Content Ops
- Pessoas
- Ferramentas externas
- Ferramentas internas

11. ResearchOps

Como estruturar operações de pesquisa contínua (não só "fazer pesquisa quando dá tempo")

Como criar uma estrutura de pesquisa, planejar pesquisas combinadas com os objetivos do negócio, quais são as funções e responsabilidades em times de pesquisa.

Quem Deve Fazer as Pesquisas e o que é ResearchOps:

- Todo mundo faz pesquisa
- Por trás do pesquisar existem muitas ações
- As pessoas que cuidam dessas ações são chave nas organizações
- Você pode atuar da mesma maneira e ser Pro em Research
- Organizações que já entenderam essa importância
- É preciso um sistema e uma operação eficiente para equipes eficazes
- Você pode se diferenciar sendo um profissional de Ops
- Muitas áreas têm Ops
- ResearchOps é a "orquestração e otimização de pessoas, processos e habilidades para ampliar o valor e o impacto da pesquisa em escala"
- Pilares de ResearchOps
- As empresas querem profissionais com visão sistêmica e você não vai querer ficar para trás

Como Surgiu o ResearchOps:

- Surgimento e história de ResearchOps
- Pode ter ResearchOps em qualquer organização
- Nós fazemos ResearchOps em nossas vidas
- É preciso ter em mente: escala e sustentabilidade
- Tornar fácil e simples o trabalho é a chave para sermos vistos como peças fundamentais
- Trabalhar com ResearchOps é trabalhar de olho na estratégia
- Você não quer ser só mais um(a)
- Você pode ser a pessoa que move, muda, implementa com colaboração

Pilares do ResearchOps e os Problemas Mais Comuns:

- Do Zoom Out para o Zoom In
- Pilares de ResearchOps
- Bingo: problemas em cada um dos pilares
- Impacto e Estratégia não são um pilar, mas precisam funcionar bem
- Começar a atuar com ResearchOps: mostrar valor para ganhar valorização ou ocupar posição de liderança
- Não existe receita de bolo

Estrutura de Times de Pesquisa — Diferentes Tipos:

- Pesquisa não está só em UX Design ou Produto
- Estruturas de times de pesquisa: centralizado, descentralizado e híbrido
- Modos de operação de times de pesquisa: reativo e propositivo
- O jogo pode mudar de acordo com a empresa e os contextos
- Tarefa: onde você se encontra ou quer se encontrar no meio dessas estruturas ou modelos?

Cargos Técnicos, Gerenciais e Habilidades em ResearchOps:

- Cargos e títulos de ResearchOps
- Poucos de nós nos consideramos UX Researchers com foco em Ops, mas todos somos ou podemos ser
- Entender UX Research é um diferencial, mas não é obrigatório
- Os cenários reais
- Matriz: Gerencial x Técnico / Generalista x Especialista
- Lista de habilidades e atitudes
- Foco em liderança e foco administrativo
- Meu caminho até ResearchOps
- Autoavaliação em habilidades e atitudes em ResearchOps

Gestão de Participantes:

- Pesquisar é complexo e gerenciar participantes não seria diferente
- Seleção das pessoas
- Agendamentos e logística
- Gerenciamento de ferramentas
- Gerenciamento de painéis internos
- Recompensas e bonificações
- Proteção de dados e segurança
- Garantia da diversidade
- Relacionamento
- O Guia de Recrutamento é super importante para escalar

Governança de Dados de Pesquisa:

- Dados estão em todos os lugares
- Tratar dados é tratar de pessoas
- A governança de dados está em todas as fases da pesquisa
- Os 8 elementos-chave e 4 elementos extras da governança de dados
- Nem sempre vamos precisar de todos os dados para tudo
- Ferramentas que automatizam o processo de anonimização
- Checklist para criar seu termo de consentimento
- Importância de processo de manutenção e exclusão de dados
- O que costura tudo é a ética em pesquisa
- Código ICC/ESOMAR de Conduta em Pesquisa de Mercado e Pesquisa Social

Gestão do Conhecimento:

- Gestão do conhecimento é chave para Pesquisa
- Norma ISO e SBGC
- Tácito, Implícito e Explícito
- Os 7 elementos-chave e 2 elementos extras
- Gerenciamento de projetos desde o início é importante
- Storytelling é como decolar um foguete e voltar
- Repositório precisa ser pesquisável, intuitivo, portátil e alinhado com a cultura
- Existem muitas formas de disseminar conhecimento
- Cultura de gestão de conhecimento

Desenvolvimento de Competências e Habilidades:

- É preciso criar um ambiente de desenvolvimento profissional
- Os 6 elementos-chave e 2 elementos extras
- Guias e Templates deixam nosso trabalho mais fácil e democratizado
- Precisamos deixar os treinamentos mais interessantes
- Não podemos assumir que a pessoa já chega sabendo tudo
- Criar uma "Wiki" é estratégico
- Sessões de "Critique" auxiliam muito na progressão de carreira
- Você é dono da sua carreira

Ferramentas e Infraestrutura:

- As ferramentas estão em todo o processo de pesquisa
- Os 8 elementos-chave
- É preciso estar atento a ferramentas digitais, mas também à infraestrutura física
- Existe uma infinidade de ferramentas
- A logística é fator fundamental para pesquisas presenciais
- Precisamos ter controle das ferramentas e permissões
- Para adquirir uma nova ferramenta, precisamos mostrar valor e impacto esperado

Defesa e Difusão da Pesquisa:

- Antes de pensar sobre como defender pesquisa, precisamos criar alinhamentos
- Missão de Pesquisa
- Visão, valores e Team Model Canvas
- Apresentações
- Laboratórios e espaços de pesquisa
- Gestão à vista
- Análises colaborativas
- Estudos de Caso
- Mensuração de Impacto

Ritos e Cerimônias de Equipes de Pesquisa:

- O que são ritos e cerimônias
- Para que são necessários ritos e cerimônias
- São dependentes do modelo de estrutura de trabalho adotado
- Lista de possíveis ritos e cerimônias
- Ações importantes
- Uma boa reunião é a que usamos para discutir e que gera encaminhamentos
- Diferença entre reunião e workshop
- Precisamos confiar em nossas equipes
- Precisamos estudar sobre comunicação

Maturidade de Equipes de Pesquisa:

- Maturidade vem com bagagem e repertório
- Podemos ter vários desafios, independente do nível
- Fatores para maturidade de pesquisa
- Os 6 níveis de maturidade em pesquisa
- A maturidade da organização pode ser diferente da maturidade de pesquisa
- Entendendo o nível em que nos encontramos hoje proporciona movimento

Democratização da Pesquisa de Experiência:

- Democracia e democratização
- Insights, Ofício e Cultura: lado A e lado B
- Precisamos encontrar um espaço entre autonomia e controle
- Entregar uma pesquisa não é suficiente
- Criação de cultura de democratização de pesquisa não é um processo instantâneo

Mensuração de Impacto e Estratégia de Pesquisa:

- ROI como combinação entre Tempo, Produtividade e Dinheiro (TDP das métricas)
- Métricas estratégicas e táticas em Pesquisa
- Métricas da organização
- Métricas táticas e operacionais em ResearchOps
- Possibilidades de mensuração em ReOps
- Exemplos de práticas
- Roadmap de pesquisa
- Backlog de pesquisa

Eixo 3: Estratégia e Liderança

O QUE VOCÊ VAI DOMINAR:

Como usar atalhos cognitivos e boas práticas de mercado para criar interfaces e soluções mais intuitivas — e transformar aprendizados de pesquisa em **produtos que geram resultado para os negócios**.

12. Vieses Cognitivos

Como a mente humana realmente funciona — e como usar isso a favor do design

Como utilizar a economia comportamental para impulsionar as vendas dos seus produtos.

Introdução, Como Montei Esse Curso:

- Bem-vindo enviesados
- Quem é Richard Jesus
- O que vou aprender no curso
- Com grandes poderes...
- Como montei esse curso, usando vieses...
- Validação social
- Teoria do Pico-Fim
- Storytelling
- Efeito Bloqueamento

Somos Enviesados, Porque Pensar é Difícil:

- A linha do tempo do design comportamental
- Muitos nomes, mesmas fontes
- Nossa mente, produto da evolução
- Três conceitos fundamentais da teoria comportamental
- Gestalt, Nielsen e vieses

Teoria Comportamental:

- Melhorando vidas
- Três conceitos fundamentais
- Removendo barreiras
- Amplificando benefícios

Quatro Problemas, Quatro Pilares:

- Muita informação
- Ambiguidade
- Velocidade
- Memória

Vieses na Pesquisa:

- Perguntas enviesadas
- Viés do Desejo Social
- Reduzindo o viés em entrevistas
- Redução dos vieses em pesquisa

Informação:

- Viés da Disponibilidade
- Viés da Confirmação
- Efeito Ancoragem
- Efeito Mera Exposição
- Efeito Enquadramento
- Viés da Escolha Limitada
- Efeito Contraste
- Viés de Apoio à Escolha

Ambiguidade:

- Prova social
- Maldição do Conhecimento
- Viés do Sobrevivente
- Viés da Autoridade
- Falácia da Mão Quente
- Viés da História
- Atalho Metafórico
- Efeito Padrão

Tempo:

- Efeito Hawthorne
- Efeito IKEA
- Aversão ao risco
- Viés de Reatância
- Viés de Escassez

Memória:

- Efeito Posição Serial
- Efeito Zeigarnik
- Efeito Bloqueamento
- Viés da Curiosidade
- Regra do Pico Fim

Dissecando Grandes Produtos:

- Amazon
- Booking.com
- Netflix

Framework de Experimento:

- Identificando comportamentos na jornada do usuário
- Reduzindo Barreiras
- Amplificando benefícios

13. UI Estratégico, Usabilidade e Mente Humana

Não é só "deixar bonito" — é criar interfaces que as pessoas QUEREM usar

Design Emocional e Persuasivo: Como construir confiança, influenciar, despertar emoções viscerais, comportamentais e reflexivas com seus produtos, facilitando a tomada de decisão.

Heurísticas e Boas Práticas: Heurísticas de Nielsen, checklists de usabilidade, avaliação de usabilidade e outros pontos de atenção ao criar interfaces.

UI Design Estratégico: Como criar produtos visualmente agradáveis: tipografia, grids, cores, hierarquia visual e boas práticas para a criação de elementos como botões e formulários.

Usabilidade e a Mente Humana:

- Percepção Visual e Gestalt
- Atenção, Memória, Familiaridade e Aesthetic Usability Effect
- Heurísticas de Nielsen

As Leis de UX:

- Trends: Padrões emergentes e motivadores humanos

Cores:

- Cores — Princípios
- Cores — Teoria e Acessibilidade
- Cores — Aplicações em produtos e guias de estilos
- Cores — Configurando o Design System no Figma

Tipografia:

- Tipografia — Princípios
- Tipografia — Aplicações em produtos
- Tipografia — Configurando o Design System no Figma

Botões:

- Botões — Princípios
- Botões — Configurando o Design System no Figma

Formulários:

- Formulários — Princípios
- Formulários — Aplicações em Produtos
- Formulários — Configurando o Design System no Figma
- Plugin Starprops para documentação de style guide e nova ferramenta de Widget do Figma

Wireframes:

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

Repertório de Telas, Componentes e Design Systems:

- Componente — Elementos de Controle
- Componente — Barra de Controle
- Componente — Imagens
- Componente — Overlays
- Componente — Itens de Visualização
- Aumentando o repertório com tipos de telas
- Telas — Celebração
- Telas — Padrões de dados
- Telas — Página de Conteúdo
- Telas — Página de redes sociais
- Telas — Comunicação
- Telas — Ações Comuns
- Telas — E-Commerce
- Telas — Onboarding
- Telas — Outros padrões úteis
- Aumentando Repertório com Design Systems
- Material Design 3, 4, 5: Prepare-se para a evolução

Processo de Design com Clientes:

- Do contato ao Handoff
- Vaga de UI Design. Como se preparar para um desafio real
- Introdução ao desafio
- Dicas para revisão final
- Apresentações para o cliente

14. Governança e Contratações de TI

Como funcionam contratos, processos e estruturas corporativas (essencial pra subir de nível)

Quando e como contratar para garantir uma boa relação custo x eficiência.

15. Inteligência Emocional

Soft skills que diferenciam sênior de pleno — como lidar com pressão, stakeholders, conflitos

- Como desenvolver habilidades comportamentais para: Lidar com o "não"
- Buscar o "sim" da pessoa certa
- Lidar com palpites de executivos de forma estratégica
- Saber filtrar e manter o engajamento
- Auto responsabilidade
- Aprender a fazer marketing do seu próprio trabalho com confiança

16. Liderança, Influência e Persuasão Corporativa

Como fazer sua voz ser ouvida — reuniões, apresentações, defesa de decisões de design

Como liderar times criando alinhamento, conexão, envolvimento, empatia e uma comunicação eficaz.

Bônus Exclusivos

Todos os alunos terão acesso aos seguintes bônus:

 **BÔNUS 1: Acesso Integral ao UX Unicórnio**

De R\$ 4.300 por R\$ 0

Ao invés de criar um "módulo básico" genérico, você recebe acesso ao UX Unicórnio — o mesmo curso que ajudou 500+ designers a conseguirem novas vagas nos últimos 12 meses.

Funciona como seu nivelamento paralelo: enquanto avança no MBA, tem toda a base de UX sempre disponível para revisar quando precisar.

BÔNUS 2: Posicionamento na Carreira

De ~~R\$ 1.997~~ por R\$ R\$ 0,00

Como usar os conhecimentos do MBA para chegar no seu nível de carreira desejado — LinkedIn, portfólio, entrevistas.

CONTEÚDO:

- Contratos Freela e pequenos estúdios
- Currículo
- LinkedIn
- Entrevistas
- Entrevistas no Exterior
- Primeiros 100 dias após ser contratado

BÔNUS 3: Tecnologias Modernas

De ~~R\$ 997~~ por R\$ R\$ 0,00

Atualização com interfaces que estão se tornando cada vez mais comuns além dos celulares e preparação para o futuro.

CONTEÚDO:

- Interfaces de Voz
- Wearables
- Realidade Aumentada
- Realidade Virtual
- Metaverso

A mente por trás do MBA

Leandro Rezende

Um dos 5 UX Masters certificados pela Nielsen Norman Group no Brasil. Trabalhou no Vale do Silício com gigantes da tecnologia e hoje atua como CEO da Clickmax, onde transforma experiência de mercados competitivos em método replicável para o Brasil.

Já treinou mais de 70.000 profissionais. Seus alunos trabalham em Google, Nubank e Mercado Livre, e nos últimos 12 meses somaram mais de R\$ 32 milhões em aumento de salário.

Projetos aplicados em TrustArc (Califórnia), STF, Accenture e Globo.

Agora dedica-se a formar a nova geração de Design Engineers — profissionais que dominam UX estratégico e IA aplicada.

Garanta a sua vaga no MBA em Inovação Orientada a Inteligência Artificial e Experiência do Usuário

Clique no botão abaixo e faça agora a sua inscrição!

[QUERO ME INSCREVER AGORA](#)