1. Vimos no vídeo sobre o desenvolvimento de um carrinho do IDEO, que a equipe executou as seguintes tarefas iniciais: em primeiro lugar, a de identificação de necessidades de “clientes” conversando com usuários e funcionários de supermercados e levantando dados tais como a frequência de ocorrência de acidentes com esses carrinhos. Essa tarefa é também conhecida como pesquisa de marketing que utiliza outras técnicas como *survey*, *focus group*, etnografia, *Lead-user*, QFD, e outros. Em segundo lugar, uma vez conhecendo as necessidades dos clientes, a equipe da IDEO passa a gerar conceitos de solução utilizando principalmente a técnica de *brainstorming*. Mostramos também, na classe, a “tabela de estratégia” para organizar as ideias resultantes do *brainstorming*. Pergunta A: em que situações de desenvolvimento de produto essas tarefas não são adequadas? Ilustra com exemplos discutidos na classe. Pergunta B: por que essas técnicas não funcionam nessas situações? Pergunta C: quais são as abordagens de desenvolvimento mais apropriadas nessas situações? Justifique sua reposta.
2. As decisões em relação às plataformas e derivativos fazem parte da estratégia de desenvolvimento de produtos da empresa. O uso de plataforma pode reduzir os investimentos para o desenvolvimento e permite criar derivativos com atributos apropriados para diversos segmentos de mercado. Entretanto, a elaboração de um planejamento de plataforma pode enfrentar vários desafios segundo o Robertson & Ulrich (1998). Pergunta A: Descreve esses desafios de gestão e exemplifique com os exemplos mencionados pelo Robertson & Ulrich (1998). Pergunta B: Qual é o papel da arquitetura nessa discussão?
3. Analisamos o projeto de desenvolvimento do produto XIS da empresa Ella utilizando a árvore de decisão. A diretoria da Ella apreciou essa análise e manifestou a sua opinião de que o projeto de P&D é muito arriscado: probabilidade de 40% de chegar a um resultado de P&D desfavorável. Solicitou então sugestões para redução desse risco. Depois de uma longa discussão, surgiram duas ideias. Primeira: contratar um consultor especializado em tecnologias relacionadas com o XIS para trabalhar no projeto. Os técnicos da Ella conheceram o consultor em congressos internacionais. Segunda: investir em uma campanha de marketing para aumentar a venda do XIS. Pergunta A: Elabore as árvores de decisão de cada uma dessas novas alternativas. Pergunta B: para comparar com a alternativa original de P&D, que tipos de dados devem ser coletados para cada uma dessas alternativas? Justifique sua resposta.

