



MINI TOOLKIT

DESIGN THINKING

ESCOLA
DESIGN THINKING 

Nossa iniciativa em lançar este Mini Toolkit de Design Thinking aberto é disseminar o conhecimento e algumas ferramentas que aprendemos e desenvolvemos durante os anos de experiência com a abordagem. **O DESIGN THINKING É UM MODELO MENTAL E AS FERRAMENTAS AQUI DEMONSTRADAS PODEM SER utilizadas em vários momentos da jornada de inovação, mas não são a abordagem.** *Este mini toolkit foi criado para ajudar os curiosos e experientes a aplicar* o design thinking em seus projetos, por isso compartilhe o toolkit com seus pares! **ACREDITAMOS QUE INOVAÇÃO É GERADA A PARTIR DE COLABORAÇÃO E INTERAÇÃO.** **Acesse o toolkit, experimente, compartilhe e aproveite!**

SOMOS A ESCOLA DESIGN THINKING

A **ESCOLA DESIGN THINKING** foi criada para formar a nova geração de inovadores e para fomentar a cultura de inovação e empreendedorismo.

Quando falamos sobre escola, pensamos imediatamente em sala de aula, professor e aluno.

PRECISA MESMO SER ASSIM?

Somos um grande hub de inovações e inovadores. Desenvolvemos pessoas: de doutores a estudantes interessados nos mais variados temas, de executivos de grandes organizações a estagiários, todos em busca do caminho que leva à solução de problemas e desafios complexos da nossa sociedade.



ACREDITAMOS EM UMA NOVA FORMA DE APRENDIZAGEM.

Para nós, aprender a inovar significa necessariamente romper com o estabelecido. O aprendizado não tem idade ou classe social e todos nós temos algo a ensinar e algo a aprender.

Sendo assim, todos os negócios têm como base a troca entre pessoas e o fato que cada uma delas traz consigo experiências pessoais e de aprendizagem únicas.

Acreditamos que aprender a inovar deve ser uma experiência impactante, que gera desconforto e revigora.

O aprendizado precisa ser sistêmico, mas deve ser prático e também ser divertido.

Propomos uma abordagem e uma metodologia para inovação em que o aprendizado acontece por meio da prática de projetos que estimulam a criatividade e a curiosidade nos participantes com desafios concretos.

A Escola Design Thinking é uma escola de inovação na prática, totalmente dedicada a desenvolver experiências práticas para fomentar o ecossistema de inovação em nossa sociedade e a construção de um mundo melhor.

ENTRE PARA A NOVA GERAÇÃO DE INOVADORES DO BRASIL!

A photograph of three people working on a design thinking project. A man on the left, wearing a black t-shirt and a blue tie, is gesturing with his hands while speaking. A woman in the center, wearing a purple patterned shirt, is focused on a task. A man on the right, wearing glasses and a dark shirt, is also engaged in the discussion. They are seated around a wooden table covered with various tools and materials, including a pink calculator, a pink pig figurine, and numerous sticky notes. A red and white stool is visible in the background.

MINI TOOLKIT

DESIGN

THINKING

“Design Thinking... uma vez contaminado, você nunca mais será igual! Passará a ver as coisas de um jeito diferente. Vai buscar pela essência das coisas e pessoas. Vai ter ideias e querer melhorar e transformar cada experiência que tem ou conhece com pequenos gatilhos de grande potencial de valor. Você estará perdido! Mas também, completamente encontrado em meio às suas conexões e inspirações.”

- Isabela Moraes da Silva, ex-aluna Escola Design Thinking

OS NEGÓCIOS NÃO
SÃO NEM SERÃO
MAIS OS MESMOS...

“Em 2020, mais de 75% das 500 maiores empresas pela s&p vão ser empresas que nós não conhecemos hoje.”

Creative Destruction: Why Companies That Are Built to Last Underperform the Market by Richard Foster and Sarah Kaplan.

N

o atual modelo econômico, o método que aprendemos, reaprendemos e reinventamos não é mais suficiente para o nível de competitividade global que estamos inseridos. Vivermos em um mundo no qual temos que pensar localmente e atuar globalmente, mas ao mesmo tempo temos que massificar a produção para reduzir custos, se diferenciar dos demais e ainda customizar quando necessário. Nunca sabemos o que o cliente quer. Entregamos produtos e serviços novos hoje que amanhã já estarão desatualizados. Podemos comparar a competição entre as empresas há uma guerra sangrenta sem fim para o mundo, onde uns ganham e outros perdem. Muitas vezes criamos produtos para preencher uma necessidade de um nicho de clientes e mal pensamos no impacto que teremos em termos sociais, ambientais e futuros para a própria companhia. Simplesmente os entregamos!

Quando visitamos uma loja de varejo, mais especificamente na seção de televisores de LCD, plasma e LED, podemos enxergar nitidamente o quanto todos os produtos são iguais. As diferenças entre as marcas e produtos são quase imperceptíveis.

O que é realmente preocupante neste exemplo é que este modelo é o mesmo há anos. Todos os televisores são iguais e o fator decisivo será feito pelo preço e pelas recomendações que você recebe, seja de amigos ou do próprio vendedor. Será que essa é a melhor maneira de tomarmos decisões? Será que as empresas querem que seus produtos ou serviços sejam vendidos e determinados por preço?

Sabemos que os modelos e métodos que utilizamos nas nossas empresas e negócios atualmente, já não são mais relevantes para a solução de problemas, e que nossa abordagem está

gerando montanhas de lixos ao redor de nosso planeta. Será que não podemos pensar em uma nova abordagem que realmente contribuisse para uma mudança massiva na forma como pessoas e empresas pensam para solucionar os problemas?

“Precisamos de novas escolhas – novos produtos que equilibrem as necessidades de indivíduos e da sociedade como um todo; novas ideias que lidem com os desafios globais de saúde, pobreza e educação; novas estratégias que resultem em diferenças que importam e, um senso de propósito que inclua todas as pessoas envolvidas [...] Precisamos de uma abordagem à inovação que seja poderosa, eficaz e amplamente acessível, que possa ser integrada a todos os aspectos dos negócios e da sociedade e que indivíduos e equipes possam utilizar para gerar ideias inovadoras que sejam implementadas e que, portanto, façam a diferença.”

TIM BROWN NO LIVRO DESIGN THINKING

O design thinking oferece uma abordagem deste tipo!

POR QUE DESIGN?

Para conseguirmos alcançar um futuro diferente precisamos primeiramente de uma mudança de comportamento, é por isso que hoje o design mais importante é o invisível; aquele que trata de crenças, hábitos, valores e sistemas.

Inspirado nos textos de Steven Heller: <http://commonwise.com/>

D

esign não significa beleza (sim, ela pode estar incluída). O senso comum no Brasil se refere a design como um adjetivo relacionado a beleza, mas design na verdade é um VERBO, relacionado à ação e ao planejamento de soluções, um processo. Processo pelo qual participamos desde o entendimento do problema, da concepção de uma solução de um desafio.

AO LONGO DOS ANOS O DESIGN EXPANDIU O SEU ESCOPO.

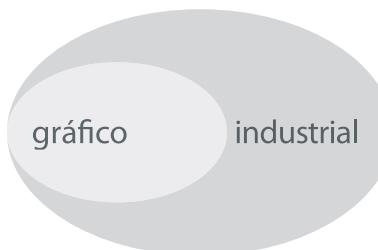
Ele começou como um meio de ajudar as pessoas a se comunicarem.

- Sinais
- Símbolos
- Imagens
- Impressos



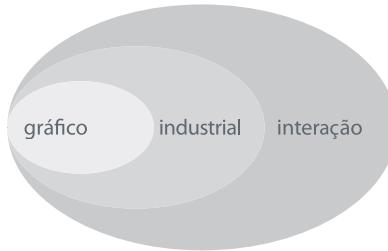
Depois cresceu para ajudar as pessoas a melhorar coisas físicas.

- Produtos



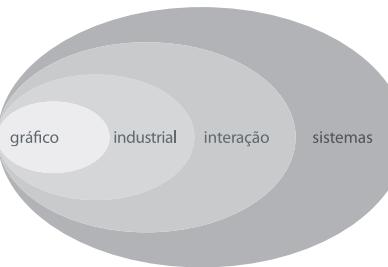
Depois expande o seu escopo para resolver como usamos coisas menos tangíveis.

- Serviços
- Experiências
- Interfaces
- Informação



E ultimamente, o design está sendo usado para resolver problemas inter-relacionados e mais complexos.

- Negócios
- Organizações
- Educação
- Governo



Referência: Buchanan's Order of Design

"Todo aquele que se lança ao design, está transformando situações existentes em situações preferidas".

HEBERT SIMON

Quando estamos projetando algo (ou “designing”), estamos intencionalmente transformando contextos. Uma transformação nesse sentido, sempre está diretamente ligada às pessoas.

Se você quer transformar o contexto que está inserido, criar novas possibilidades para o futuro e inovar, você também é um designer. Designer não é designer somente por formação. A formação contribui muito instrumentalizando os profissionais, porém todos podemos mudar contextos, INCLUSIVE VOCÊ!

O QUE É DESIGN THINKING?

“O design thinking não é um experimento, ele nos empodera e encoraja a experimentar.”

Design Thinking for Strategic Innovation, Idris Mootee

O

Design Thinking é um modelo mental que engloba o pensamento pluralista e o pensamento sistêmico, no intuito de construir futuros melhores. Ele não é uma caixinha mágica de soluções para problemas, não segue um pensamento linear e não pode ser extremamente simplificado, ou pode perder o seu valor.

"O Design Thinking é o equilíbrio entre negócio e arte, estrutura e caos, intuição e lógica, conceito e execução, ludicidade e formalidade, controle e empoderamento." (conceito extraído do livro Design Thinking for Strategic Innovation, Idris Mootee)

Na prática, o design thinking é uma abordagem centrada no ser humano que acelera a inovação e soluciona problemas complexos.

Ao baixar as barreiras da hierarquia e do pensamento exclusivamente cartesiano, o Design Thinking oferece espaço para as ideias emergirem sem pré-julgamentos, fazendo com que o nosso cérebro seja forçado a sair da sua zona de conforto, e, a partir daí, enxergar futuros desejáveis.

No mundo em que vivemos, precisamos pensar em novas escolhas, em novos futuros que consigam responder a complexidade do mundo de hoje. Pensar e agir da mesma maneira como agimos há 100 anos atrás, não vai nos levar a futuros diferentes. O Design Thinking propõe uma nova maneira de pensar, baseado em 3 grandes valores: empatia, colaboração e experimentação.

O grande diferencial do Design Thinking é o foco no ser humano. Todos temos a capacidade de usar o nosso conhecimento

de maneira complementar ao de outros. Quando uma pessoa pensa em um problema, ela certamente tem uma visão única sobre ele, mas se multiplicarmos os olhares, teremos diferentes perspectivas, chegando mais perto do que é esse problema na realidade. Essa diversidade de olhares somada a multidisciplinaridade nos permite enxergar oportunidades e soluções que jamais seriam possíveis se geradas por uma só cabeça.



AS QUATRO GRANDES MUDANÇAS DE PENSAMENTO DO DESIGN THINKING:

1. Decisões centradas no ser humano.
2. Questionar as questões.
3. Construir para pensar.
4. Iterar.

VALORES DESIGN THINKING

“A empatia é sobre se colocar no lugar do outro. E vai além. Você deve permitir que o novo olhar assumido crie uma transformação interna, permanente. Só assim você ‘aprende o outro’.”

Renato Nabuco - aluno Escola Design Thinking 2013

♥ EMPATIA

Significa se colocar no lugar do outro, despir-se de pressupostos e compreender o contexto e ações do outro, acolher, assimilar e acomodar perspectivas alheias.



🔗 COLABORAÇÃO

Significa pensar conjuntamente, cocriar em equipes multidisciplinares para que nosso pensamento e capacidade de entendimento se multiplique exponencialmente.



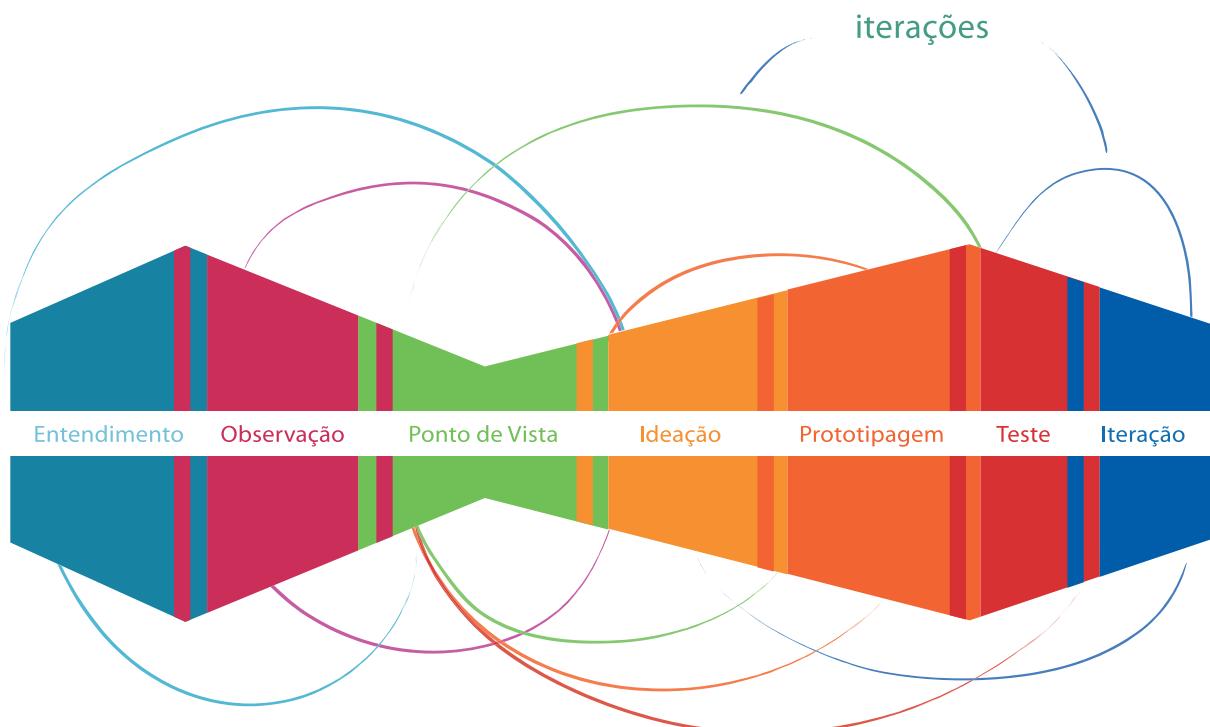
🔨 EXPERIMENTAÇÃO

Significa sair do campo das ideias, da fala. Construir e testar soluções para evitar problemas na fase de implementação.



ABORDAGEM





O Design Thinking é um modelo mental de natureza iterativa e flexível, isso significa que é um processo no qual o erro é visto como parte integrante e valiosa da jornada.

Existem momentos alternados de divergência e convergência de pensamento, baseados no processo de inovação conhecido como Double Diamond, mapeado pelo Design Council UK em 2005.

Pela abordagem o momento de gerar soluções se inicia apenas depois de vasta compreensão de contexto e resignificação de desafio e é apenas parte da jornada.

ENTENDIMENTO

Momento de divergência de pensamento.

É necessário fazer um entendimento 360° do desafio inicial ou o que chamamos carinhosamente de [des]entendimento. É hora de colocar todos os pressupostos na mesa e desapegar-se deles. Este é um momento de abertura de olhar e de preparação de pesquisa de campo. Colher todos os dados existentes e disponíveis é imprescindível.

A fase de Entendimento é de extrema importância para a equipe, um momento de nivelamento de conhecimento e de criação das primeiras regras sociais do grupo que facilitam a colaboração.

O QUE USAR?

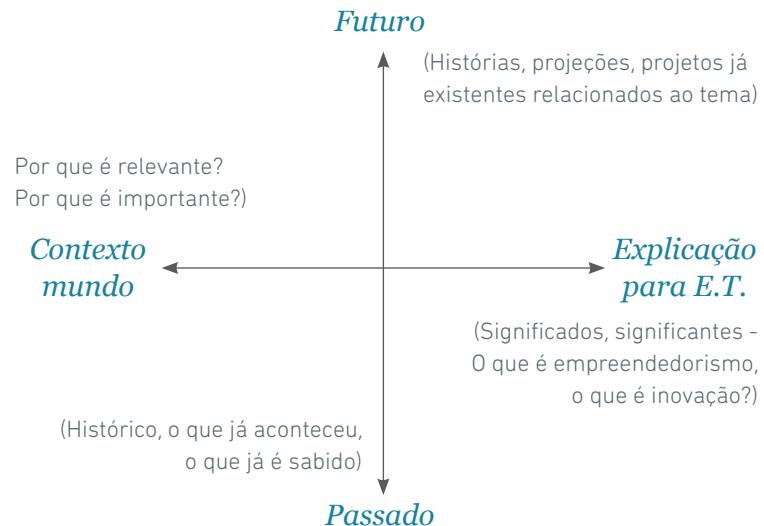
- Ferramenta 2x2 entendimento
- Desconstrução do desafio



FERRAMENTA ENTENDIMENTO

Discuta com o grupo sobre o desafio. O entendimento é o momento de ver diferentes perspectivas sobre o desafio.

Anote uma ideia por post it para deixar o entendimento mais visual e nos últimos 10 minutos agrupe todo o conhecimento gerado em grupos.



DESCONSTRUÇÃO DESAFIO

O quê? Dividir a frase/pergunta apresentada como desafio em sentenças menores ou em palavras isoladas para explorar significados e significantes. Observar as interações das partes para compreender o todo e vice-versa.

Para quê? Ao isolar sentenças e palavras fica mais fácil explorá-las sem limitar-se ao contexto apresentado no desafio, aumentando a abrangência de olhar sobre o problema apresentado.

Como? Escreva o desafio em um papel grande o suficiente para que todos leiam e fixe-o na parede. Destaque as palavras ou pequenas frases que serão exploradas separadamente. Escreva-as em papéis separados e fixe-os na parede. Discuta a definição e significado de cada uma delas em grupo. Escreva as palavras chave durante a discussão em post its e fixe-os nos campos de cada palavra.

OBSERVAÇÃO

Momento de convergência de olhar e empatia!

Hora de sair a campo, conversar, observar, provar, hora de sair da zona de conforto! Todo serviço, produto ou plataforma é feito para PESSOAS e por isso nossa pesquisa se baseia nas mesmas! Estamos interessados no fator humano e assim devemos olhar todos os aspectos do ser humano: físico, cultural, sociológico e psicológico.

O QUE USAR?

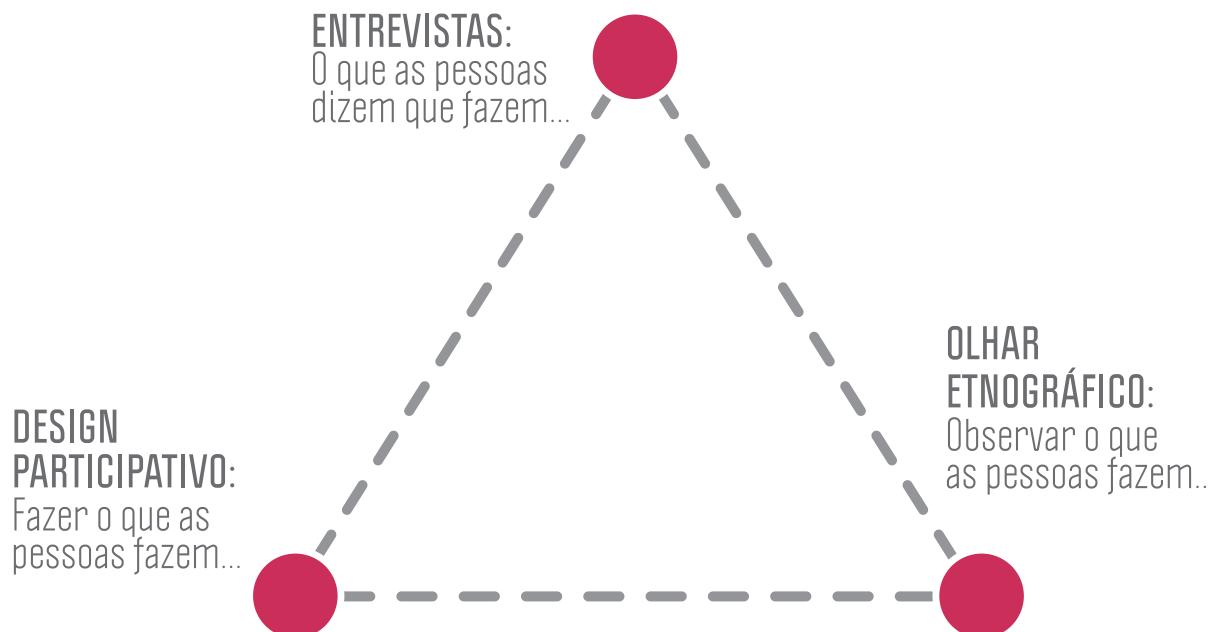
- Triangulação das pesquisas



TRIANGULAÇÃO DAS PESQUISAS

A pesquisa no Design Thinking é importante para levantar insights, gerar conhecimento profundo sobre o desafio e entender as reais necessidades das pessoas e todos os atores envolvidos nesse sistema. É por este motivo que a pesquisa deve ser holística e deve ter um olhar empático.

Para ter um bom entendimento do problema, o ideal é usar técnicas dos três eixos do triângulo!



PONTO DE VISTA

Momento de convergência de pensamento.

O ponto de vista é provavelmente um dos momentos mais difíceis do projeto. Depois de gerar grande quantidade de dados, insights e novas compreensões, é hora de rephraser o desafio a partir do entendimento e pesquisa em grupo. É momento de navegação e organização da complexidade gerada. A necessidade de fechamento neste momento é diretamente proporcional à abertura gerada nas fases anteriores. Quanto maior e mais longo o projeto, maior será a necessidade de convergência.

O QUE USAR?

- Mapa de empatia ou persona



MAPA DE EMPATIA OU PERSONA

O quê? Definir um usuário específico a partir de dados de pesquisa para desenhar uma SOLUÇÃO PARA ALGUÉM.

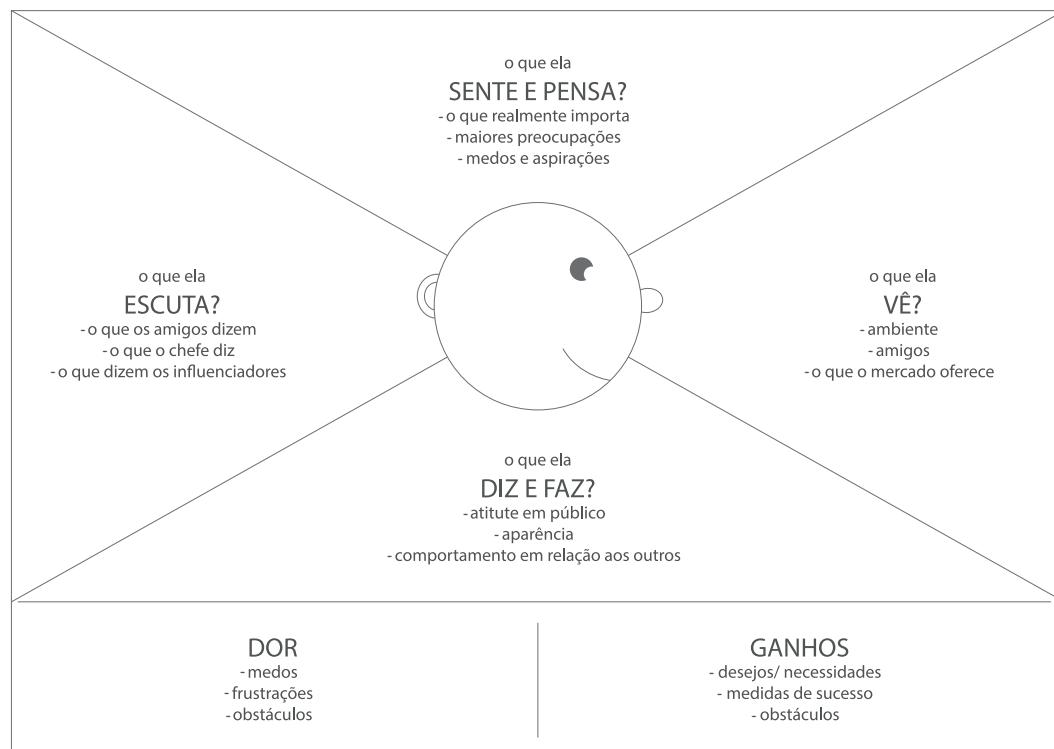
A persona é muitas vezes um personagem fictício, mas não deve ser “inventado” sem base de pesquisa, deve ser construído com a soma de dados de pesquisa e decisão de projeto.

Para quê? Os mapas de empatia ou personas são utilizados para entender os objetivos, desejos e limitações do usuário. Os dados que antes eram abstratos ganham um rosto e se tornam uma pessoa, mais fácil de se relacionar.

Sua persona pode ser descrita em:

- Nome e imagem, - Identificadores sócio-demográficos (como idade e educação),
- Necessidades, desejos e tarefas, - Objetivos e aspirações

Como? Preencher o Mapa de Empatia:



Fonte: Osterwalder, A., Pigneur, Y., Business Model Generation (Amsterdam: OSF, 2009)

IDEAÇÃO

Momento de divergência de pensamento

Ao usar os dois lados do cérebro, o esquerdo (pensamento lógico) e o direito (pensamento criativo) essa fase transforma a pesquisa em um set de direções estratégicas e soluções tangíveis.

💡 O QUE USAR?

- Brainstorming



REGRAS DE BRAINSTORMING

1 UMA CONVERSA
POR VEZ.

ENCORAJE AS
IDEIAS DOIDAS **4**

7 NÃO
CRITIQUE
NEM JULGUE

6 MANTENHA O FOCO
FIQUE NO ASSUNTO PROPOSTO

SEJA VISUAL **5**

3 CONSTRUA SOBRE A
IDEIA DOS OUTROS.

2 QUANTIDADE IMPORTA
CRIE O MÁXIMO DE IDEIAS POSSÍVEIS

Para saber mais: <http://www.openideo.com/blog/seven-tips-on-better-brainstorming>

PROTOTIPAGEM

“Os protótipos são mais valiosos como meio de colaboração e interação entre pessoas do que como um meio de validação ou prova de conceito.”

Michael Schrage

A fase de prototipagem é um momento de DIVERGÊNCIA, de gerar ainda mais ideias, de crescer o seu entendimento, de expandir...

Protótipos são uma forma poderosa de comunicação que nos forçam a pensar realisticamente sobre a maneira como as pessoas irão interagir com o conceito que estamos projetando. É o momento de tirar as ideias do papel, de dar-lhes vida. A construção de modelos nos ajuda na visualização e iteração do funcionamento da ideia.

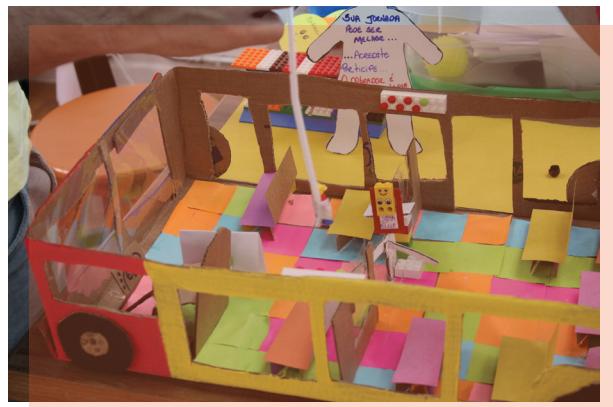
O protótipo é algo capaz de causar uma sensação em alguém antes mesmo da solução existir.

O QUE USAR?

- . Protótipo de papel e interfaces
- . Storyboards
- . Maquetes funcionais
- . Vídeos stopmotion
- Encenação

O MAIS IMPORTANTE!

1. PARA QUÊ ESTAMOS PROTOTIPOANDO ISSO?
2. O QUE QUEREMOS SABER?
3. O QUE QUEREMOS TESTAR?
4. O QUE QUEREMOS DESCOBRIR?
5. PROTÓTIPO TEM QUE SER RÁPIDO, SUJO E BARATO



PROTOTIPAR É MAIS DO QUE TESTAR!

- **Gerar empatia:** Prototipagem é uma ferramenta para aprofundar sua compreensão de seu usuário, mesmo em uma fase de pré-solução do projeto.
- **Explorar:** construir para pensar. Desenvolver múltiplas opções de solução - gerar mais ideias.
- **Testar:** Criar protótipos (e desenvolver o contexto) para testar e refinar soluções com os usuários.
- **Inspirar:** Inspire os outros (colegas, clientes, investidores), mostrando sua visão.
- **Aprender:** Se uma imagem vale mais que mil palavras, um protótipo vale mais que mil imagens.
- **Resolver as divergências:** Prototipagem é uma ferramenta poderosa que pode eliminar a ambigüidade, auxiliar na ideação e reduzir os problemas de comunicação. Iniciar uma conversa.
- **Gerenciar o processo de construção da solução:** Identificar uma variável para explorar um grande problema em pedaços menores, testáveis.

TESTE

“Prototipe achando sempre que está certo, mas teste achando sempre que está errado!”

Se você gastou bastante tempo em cima de suas criações, elas se revelarão para você. Mas se você testar sua ideia e deixá-la crescer descontroladamente, ela ganhará vida própria, virará realidade e se revelará para os outros. Isso só acontece quando você começa a construir algo tangível, quando prototipa e começa a aprender como pensar sobre o desafio a partir de sua ideia.

(Inspirado no TED TALK Gever's Tulley)

“Fail often to succeed sooner.”

IDEO

“Falhe com frequência para suceder mais cedo.”

(tradução livre)

O QUE OLHAR

1. IMPROVISOS
2. NOVAS OPORTUNIDADES
3. NOVOS USOS



AS REGRAS DO TESTE!

- *Gerar empatia* > Um propósito
- *Esteja aberto a estar errado* > Para evoluir
- *Inspire* > As pessoas que testarão as suas ideias serão as primeiras a te ajudar a implementá-la se elas verem relevância no que é proposto!
- *Não teste tudo ao mesmo tempo* > Foque em uma ou duas coisas para entender, se você testar tudo ao mesmo tempo não saberá ao certo o que não funcional!



ITERAÇÃO

Para receber um feedback é necessário saber ouvi-lo! Tente não ficar na defensiva, não faça julgamentos, resuma e reflita o que ouviu. Faça perguntas para esclarecer, peça exemplos de histórias que ilustrem o feedback, seja acessível e cheque com outras pessoas (não mude todo o seu projeto por receber um feedback negativo).

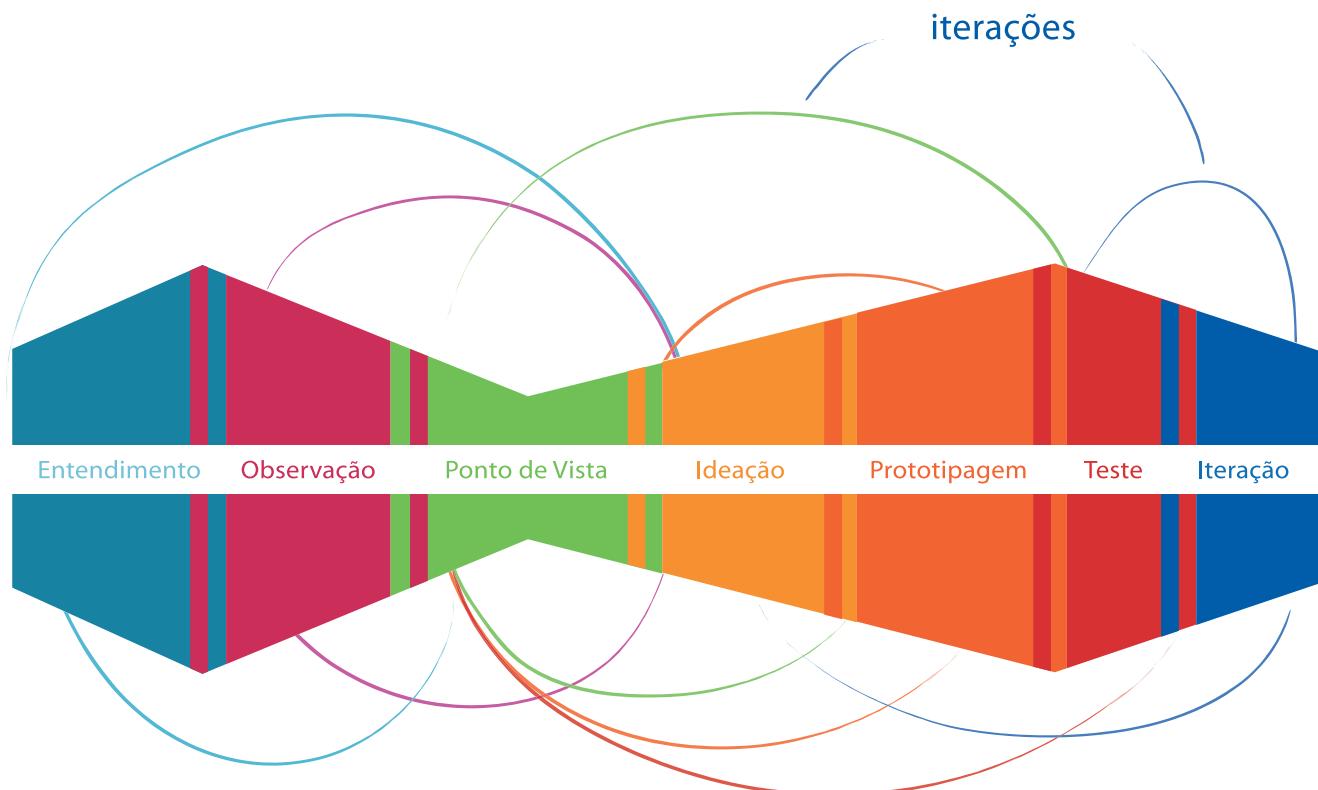
A iteração é a oportunidade de refinar as nossas soluções e torná-las melhores. Levá-las a um próximo nível.

O feedback nos traz insights valiosos que nos ajudam a criar uma solução relevante e importante para os usuários, criando valor para a solução. Iteramos para refinar nossos protótipos e soluções. As vezes, isso significa voltar ao início do processo. O teste é mais uma oportunidade para criar empatia através da observação e engajamento que muitas vezes gera insights inesperados. As vezes, o teste revela que não só não temos a solução certa, mas também que não conseguimos redefinir o problema corretamente.

O QUE USAR?

Tabela com pontos positivos, negativos, ideias e novas questões. Escolha um ponto de vista e faça as mudanças necessárias. Sempre que houver dúvidas, teste de novo!

+ <i>o que foi bom</i>	+ <i>o que foi ruim</i>
? <i>dúvidas</i>	! <i>ideias</i>



O processo do Design Thinking aqui sugerido é metamorfo e contínuo.

Depois da fase de teste, a iteração pode significar voltar em algum ponto anterior do processo. Na fase de teste, muitas vezes descobrimos que não convergimos o suficiente no ponto de vista ou erramos em algum outro ponto, esse é o momento de voltar atrás e iterar!

O “duplo diamante” pode abrir e fechar, divergir e convergir quantas vezes necessárias.

Lembrem-se: Essa abordagem não é uma “receita de bolo” ou um guia, mas sim uma maneira de acelerar a inovação, porém inovação, que não existe se sempre abordada do mesmo jeito! INOVEM!



IMERSÃO EM
DESIGN
THINKING



**QUER SABER MAIS?
VENHA PARA O CURSO
IMERSÃO EM DESIGN THINKING!**



SOBRE O CURSO

Como aluno do nosso curso de imersão em Design Thinking, você irá desenvolver sua confiança criativa para aplicá-la em grandes corporações, em negócios sociais ou no empreendimento do seu próprio negócio. Tudo isso na companhia de mentes inovadoras e provocativas que irão desafiá-lo a participar de projetos altamente dinâmicos com escopo e complexidades diversas. Ao final do curso, você estará apto a liderar e facilitar projetos de inovação utilizando a abordagem do Design Thinking.

COMO SÃO AS AULAS?

O foco do curso de imersão é na aprendizagem prática e colaborativa, ou seja, isso significa que você terá inúmeras chances de experimentar a aplicação do modelo mental com outros alunos e sempre acompanhados por um time de facilitadores capacitados para garantir uma atmosfera positiva, inclusiva e justa de participação. Além de muita diversão, é claro!



Você irá trabalhar em um desafio trazido por empresas renomadas do mercado e que buscam na Escola Design Thinking uma parceria para desenvolver projetos inovadores. Você terá a oportunidade de atuar em um segmento diferente do seu âmbito profissional e aprender sobre o negócio das empresas parceiras enquanto desenvolve o projeto final. Danone, Bio Ritmo, SAP, Abril, ESPN Brasil e o Grupo Fleury são algumas das empresas que já trouxeram seus desafios para os nossos thinkers.

MATRICULE-SE

Participe de um programa ousado e provocador ao lado da nova geração de inovadores do Brasil.

Receba monitoramento de um time de primeira que irá convidá-lo a repensar a sua maneira de abordar desafios complexos nos diversos âmbitos da sua vida, não só profissional.

Dê um impulso na sua carreira desenvolvendo um novo olhar e adquirindo competências úteis para alavancar o potencial inovador nas suas equipes de trabalho.

MATRICULE-SE NO CURSO DE IMERSÃO EM DESIGN THINKING DA ESCOLA DESIGN THINKING E INICIE UMA JORNADA TRANSFORMADORA RUMO ÀS FRONTEIRAS DA INOVAÇÃO.

REFERÊNCIAS

SITES

DESIGN THINKING FOR EDUCATORS TOOLKIT:

<http://www.designthinkingforeducators.com/>

HUMAN CENTERED DESIGN TOOLKIT:

<http://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit/>

COLLECTIVE ACTION TOOLKIT:

<http://www.frogdesign.com/collective-action-toolkit>

CREATIVE ENTERPRISE TOOLKIT:

<http://www.nesta.org.uk/publications/creative-enterprise-toolkit>

SEVICE DESIGN TOOLS:

<http://www.servicedesigntools.org/>

THE ART OF POWERFUL QUESTIONS

<http://academy.extensiondlc.net/file.php/1/resources/RM-ArtOfQuestions.pdf>

ESPAÇO ONDE A IDEO MOSTRA OS TRABALHOS EM ANDAMENTO

<http://labs.ideo.com/>

SITE COM FERRAMENTAS DE PROTOTIPAGEM

<http://proto.io/>

SITE COM TÉCNICAS DE BRAINSTORMING

<http://personalexcellence.co/blog/25-brainstorming-techniques/>

SITE SOBRE O LIVRO “THIS IS SERVICE DESIGN THINKING”

<http://thisisservicedesignthinking.com/>

LIVROS

MARTINS, Bella; HANINTON, Bruce. UNIVERSAL METHODS OF DESIGN. Rockport, 2012.

MOOTEE, Idris. Design Thinking for Strategic Innovation: What They Can't Teach You at Business Or Design School. Wiley, 2013.



A Escola Design Thinking é uma unidade de negócio da ECHOES, um laboratório de inovação.



MINI TOOLKIT
DESIGN THINKING

www.escoladesignthinking.com.br