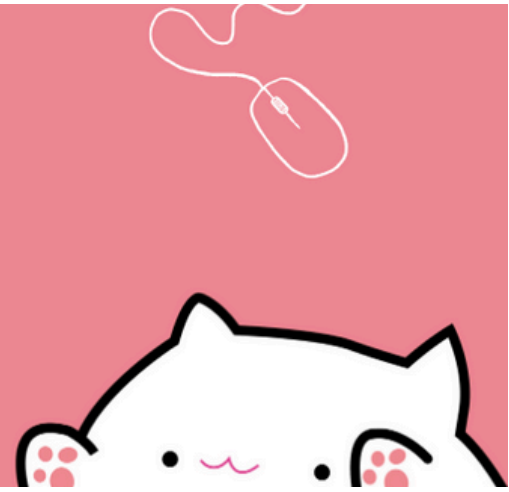


> EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO: FASE DE IDEACÃO



@BRIDGETOCROSS



Questão 01

Podemos dizer que a ideação:

- a) É a fase de testar ideias.
- b) É a fase de pensar em apenas uma única ideia.
- c) É a fase de definir problemas.
- d) É a fase de pesquisar usuários.
- ☒ e) É a fase de criar muitas ideias.

Questão 02

A fase da metodologia do design thinking que vem depois da definição costuma ser a:

- ☒ a) ideação.
- b) imersão.
- c) empatia.
- d) prototipação.
- e) teste.

Questão 03

Por que o benchmark é uma ferramenta interessante para a ideação?

- a) Porque ele nos mostra a jornada.
- b) Porque ele nos mostra a persona.
- ☒ c) Porque ele nos ajuda a ter insights (ideias).
- d) Porque copiamos os concorrentes.
- e) Porque ele nos faz perder tempo.

Questão 04

Sobre o artefato chamado de moodboard, podemos dizer que ele...

- a) É uma persona.
- b) É uma espécie de pesquisa com usuário.
- c) É a representação da jornada.
- ☒ d) É uma espécie de representação visual dos achados.
- e) É toda a experiência do usuário.

Questão 05

Indique corretamente o termo que descreve a etapa que não hesitamos em falar - quanto mais ideias forem oferecidas, mais provável será encontrar a solução ideal para um problema específico.

- ☒ a) ideação.
- b) imersão.
- c) empatia.
- d) prototipação.
- e) teste.

Questão 06

Leia o excerto a seguir.

“A primeira etapa do processo de Design Thinking é obter uma compreensão empática do problema que se está tentando resolver. Isso envolve consultar especialistas para descobrir mais sobre a área de preocupação por meio da observação, envolvimento e empatia com as pessoas, para compreender suas experiências e motivações, bem como imergindo-se no ambiente físico para ter uma compreensão mais profunda e pessoal das questões envolvidas” (PICANÇO, 2017, p. 51).

A partir do apresentado, analise as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

I. Na prática, a etapa inicial do processo criativo é, essencialmente, confirmar ou refutar hipóteses através da prototipação.

Pois

II. compreender as características e as necessidades do público-alvo é, literalmente, "se colocar no lugar do outro".

- a) As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- b) A asserção I é uma proposição verdadeira, e a asserção II é uma proposição falsa.
- c) As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- ☒ d) A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- e) As asserções I e II são proposições falsas.