

## Unidade Curricular: 901032 – Projeto de Inovação e Criatividade

Ano 3 Semestre 6 Área CNAEF: 213 ECTS: 7

Tipo de Unidade Curricular: Obrigatória Modo de Ensino: Presencial Língua de Trabalho: Português

DOCENTE RESPONSÁVEL: Carlos Manuel Luzia Alcobia

### TEMPO DE TRABALHO DO ESTUDANTE EM HORAS

HORAS TOTAIS	Horas de Contacto								Horas de Trabalho Autónomo
	Ensino teórico (T)	Ensino teórico- prático (TP)	Ensino prático e laboratorial (PL)	Trabalho de campo (TC)	Seminário (S)	Estágio (E)	Orientação tutorial (OT)	Outra (O)	
175		15	30						130

Pré-requisitos (se aplicável): n/a

### OBJETIVOS EDUCACIONAIS / RESULTADOS DE APRENDIZAGEM

Esta UC propõe-se a estabelecer a adequação e aplicação dos conteúdos formativos da licenciatura às necessidades de inovação existentes no sector do Audiovisual e Multimedia.

Nesse sentido são objetivos de aprendizagem desta UC:

- Possibilitar um entendimento aprofundado sobre o posicionamento atual das organizações a operar neste sector e sobre os desafios e oportunidades que enfrentam;
- Estabelecer o Estado da Arte sobre inovação no sector do Audiovisual e Multimédia;
- Desenvolver uma cultura de projecto que permita aos discentes analisar e intervir sobre um quadro de necessidades sentido no sector;
- A aplicação dos conhecimentos académicos, técnicos, e científicos obtidos na licenciatura em simulação de casos reais, e seguindo a mesma abordagem “Learning by doing” que constitui a matriz metodológica deste curso;
- Canalizar a aprendizagem desenvolvida na UC na preparação dos estágios curriculares que a sucedem, constituindo a antecâmara preparativa desses mesmos estágios.

### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Os conteúdos programáticos que constituem esta UC serão desenvolvidos numa lógica de projeto, mediante a abordagem “Learning by doing”, e por forma a garantir uma maior proximidade da realidade que enfrentam as organizações. Constituem conteúdos programáticos desta UC os seguintes tópicos:

- Modelos e ciclos de inovação;
- Inovação no Sector do Audiovisual e Multimédia – Análise e discussão de casos de Estudo Nacionais e Internacionais;
- Investigação qualitativa - Investigação etnográfica e “Grounded theory”;
- Identificação de necessidades explícitas e latentes;
- Modelos previsionais e análise de tendências;
- Interpretação, ideação, e comunicação em contexto organizacional;
- Prototipagem, iteração, e validação de conceitos;
- Sistematização e documentação de processos de inovação;
- Comunicação e liderança em contexto organizacional;

- j) Difusão de práticas inovadoras à organização – constrangimentos e estratégias de implementação;
- k) Seminário de preparação para estágio

## **DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**

Os conteúdos programáticos propostos visam dotar os discentes de ferramentas de análise e intervenção dentro do contexto organizacional. Baseado numa abordagem projetual, onde casos de estudo constituem pontos de partida para resolução de problemáticas propostas, os conteúdos programáticos procuram abordar as várias etapas do ciclo de inovação dentro das organizações, fornecendo um conjunto de competências relevantes para a afirmação dos discentes em contextos organizacionais. Liderança, intra empreendedorismo, e comunicação, são exemplos dessas competências que visam qualificar a entrada dos alunos no mercado de trabalho.

Com foco em processos de inovação nos sectores do Audiovisual e Multimédia, os conteúdos programáticos fornecem uma matriz de conhecimento útil noutras áreas de atividade. Por fim estes conteúdos pretendem preparar o aluno para o estágio curricular, adequando as suas expectativas e competências aos constrangimentos e oportunidades existentes dentro das organizações.

## **MÉTODOS DE ENSINO E APRENDIZAGEM**

Os dispositivos metodológicos previstos para a UC privilegiam a coesão com os propósitos da licenciatura. A abordagem “Learning by doing” é reforçada pela estrutura laboratorial da UC, uma atitude projetual prática que incide na simulação por parte dos discentes de problemáticas reais e de aplicação em contexto organizacional.

A metodologia “Learning by doing” é complementada por investigação etnográfica e “grounded theory” que visa proporcionar aos discentes um entendimento aprofundado sobre os mecanismos subjacentes ao processo de inovação dentro da organização.

Os projetos desenvolvidos na UC constituem laboratórios de aprendizagem, que conjugam a aquisição do conhecimento pela prática, incentivam a experimentação, e fomentam o uso do raciocínio abduutivo.

A avaliação é feita por trabalhos individuais e de grupo.

## **DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DAS APRENDIZAGENS\***

As recentes transformações económicas, sociais e tecnológicas, reforçaram a importância das instituições de ensino superior enquanto produtoras de conhecimentos e competências aos discentes de modo a responder às necessidades de inovação nas empresas, organizações e Sociedade em geral. Essas transformações colocam, contudo, novos desafios às IES em se reposicionarem em relação ao seu meio envolvente, adequando a oferta formativa às necessidades reais e mais prementes dos futuros empregadores dos seus discentes. Esse reposicionamento possibilita a criação de laboratório dedicado à formação experimental em Audiovisual e Multimédia.

Tomando como ponto de partida os processos de inovação e a cultura organizacional, esta UC privilegia o raciocínio abduutivo (“design thinking”), promovendo o equilíbrio entre o pensamento analítico e o intuitivo, e estimulando a contínua formulação de hipóteses e a síntese de soluções na procura constante de validação para a resolução de problemas concretos.

É essa metodologia projetual, assente na abordagem “Learning by doing”, que possibilita à UC e ao curso melhor adaptar-se ao ritmo de mudança contextual, e melhor preparar os discentes a uma entrada qualificada no mercado de trabalho, com aproximações a situações reais e entendendo de que forma podem trazer valor acrescentado às organizações onde se inserem. Uma forma de ensino, baseada na aplicação prática de conceitos e quadros teóricos, é a melhor resposta à preparação desses discentes no quadro de transformação mencionado anteriormente.

Uma forte componente metodológica qualitativa, centrada nos ensinamentos do “Grounded theory” e “Design Thinking”, constitui a espinha dorsal dessa prática projetual virada para as questões reais que afetam o processo de inovação dentro das organizações. Adicionalmente pretende-se que os métodos que complementam e implementam essa abordagem metodológica acompanhem os modelos mais atuais de formação em empreendedorismo e de “softskills”, focados no teste, validação e aceleração de ideias e negócios (Eric Ries), “customer development” (Steve Blank), “user experience” (Donald Norman) e “business model design”(Alex Osterwalder e Yves Pigneur), e que permitam desenhar e testar de forma iterativa propostas de valor com base na validação da necessidade pelo utilizador e adequação dos respetivos modelos de negócio.

Em resumo, a UC em Projeto de Inovação e Criatividade Aplicada ao Audiovisual e Multimédia, é um espaço de aprendizagem e de ensaio de prática profissional. Assente numa metodologia projectual de “learning by doing” a UC proporciona aos discentes uma imersão em questões relativas aos processos de inovação nas organizações, desde a ideação, à prototipagem, validação e posterior comunicação e aceitação intra-organizacional. Proporciona ainda a ligação entre o conhecimento, competências e outros conteúdos adquiridos no decorrer da licenciatura às exigências e expectativas do estágio curricular e futuros desafios profissionais.

## **MÉTODOS DE AVALIAÇÃO**

A avaliação é feita por trabalhos individuais e de grupo.

## **BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL**

Blank, S. (2003). The Four Steps to the Epiphany. Pescadero, CA: K & S Ranch

- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Nova York: HarperBusiness
- Creswell, J. W. (1994). *Research design - Qualitative, Quantitative, and mixed methods approaches*. Newbury Park, Califórnia: SAGE Publications.
- Mozota, B. (2003). *Design Management - using design to build brand value and corporate innovation*. Nova York: Allworth Press.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, Nova Jersey, EUA: Wiley
- Schon, D. (1983). *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. Farnham, UK: Ashgate Publishing
- Verganti, R. (2006). *Innovating Through Design*. Brighton, Massachusetts: Harvard Publishing.
- Von Hippel, E. (2005). *Democratizing Innovation*. Massachusetts: The MIT Press.

Ano letivo de entrada em vigor: 2019/2020 | Data de aprovação em Conselho Técnico-Científico: 10/2018