

International Centre for Transformational Entrepreneurship
(ICTE)



Creative Spark: Higher Education Enterprise Programme Sprint rapid prototyping.

Dr Richard Tomlins Richard.Tomlins@coventry.ac.uk
Research Fellow

aims of the session...

- to use Sprint to identify the big opportunity for creative economy training in Ivano-Frankivsk.
- to use Sprint to identify the target “customers” for the creative economy training in Ivano-Frankivsk.
- to identify how we need to deliver enterprise training.

the British Council has been our matchmaker!

**Ranked No.12
UK University**

Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**

The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**

The Guardian and the
Complete University Guides 2018

British Council five-year initiative.

- to help develop the creative economy and enterprise skills across seven countries in Central Asia, (Kazakhstan, Uzbekistan, Kyrgyzstan), South Caucasus (Azerbaijan, Armenia and Georgia) and Ukraine.
- the programme has been developed in response to a demand to develop the creative sector and a demand for entrepreneurship training across participating countries.
- creative industries have driven economic growth in the UK. The British Council wants to use this experience and expertise to support sustainable development and social welfare.

three key aims...

- to develop partnerships involving universities and creative institutions in the UK and programme countries to drive enterprise, training and establish enterprise centres.
- to deliver enterprise skills training packages to students and creative entrepreneurs - ranging from pitching ideas to starting a business and protecting intellectual property.
- to deliver English language skills through a range of new British Council digital learning content. This will include digital learning platforms, online courses and a new Massive Open Online Course (MOOC) courses focused on English for entrepreneurship

creative groups and the occupations...

Advertising and Marketing: Marketing and sales directors, Advertising and public relations directors, Public relations professionals, Advertising accounts managers and creative directors, and Marketing associate professionals;

Architecture: Architects, Town planning officers, Chartered architectural technologists, and Architectural and town planning technicians;

Crafts: Smiths and forge workers, Weavers and knitters, Glass and ceramics makers, decorators and finishers, Furniture makers and other craft woodworkers, Other skilled trades not elsewhere classified;

Design (product, graphic and fashion design): Graphic designers and Product, clothing and related designers;

Film, TV, video, radio and photography: Arts officers, producers and directors and Photographers, audio-visual and broadcasting equipment operators;

IT, software and computer services: Information technology and telecommunications directors, IT business analysts, architects and systems designers, Programmers and software development professionals, Web design and development professionals;

Publishing: Journalists, newspaper and periodical editors and Authors, writers and translators;

Museums, galleries and libraries: Librarians and Archivists and curators;

Music, performing and visual arts: Artists, Actors, entertainers and presenters, Dancers and choreographers, and Musicians.

plus!!!

**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018

The Tbilisi Statement 21 Nov 2018

We agree that the advancement of entrepreneurship and enterprise related education provides a useful contribution to longer term social and economic development, and the related national policies provide an important supporting framework for this development, especially for the creative economy sector. The importance of the role of universities and other educational institutions is recognised in this progression, including the role of the English language, and we encourage and support their efforts, especially through international partnerships with the UK, and the Creative Spark programme.



We're the top modern university 2019!

The success comes from the new Guardian University Guide 2019 rankings

We've now won the top modern university award for the 7th year in a row!

[Read about the success](#)



**Ranked No.12
UK University**

The Times and Sunday Times
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**

The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**

The Guardian and the
Complete University Guides 2018



<https://brasil.uxdesign.cc/google-design-sprint-com-o-funciona-e-com-o-aplicar-no-seu-projeto-279107363659>

**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018

background on the Sprint methodology.

- originating at Google Ventures.
- sold as a “greatest hits” of business planning and innovation.
- 5 day focus.



TEORIA

PROJETO
**Economia
CRIATIVA**

DESIGN SPRINT para o
crescimento da economia criativa

• Um guia de plano de negócios
para o setor da economia criativa

preparado por **Richard Tomlins** com o apoio de
Helen Cuthill e **Alan Richards** da Universidade de Coventry

**Ranked No.12
UK University**

Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**

The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**

The Guardian and the
Complete University Guides 2018

how might Sprint fit the big opportunity for the creative economy in Ivano-Frankivsk?

- a fun and “disruptive” business planning experience.
- leading to rapid prototyping of the creative economy course.
- and a business tool for you going forward.

com empreendedores criativos, incluindo a maioria das áreas rurais.

Há potencial para as oficinas de Sprint darem mais peso às iniciativas do SEBRAE que já existem para conectar e juntar mais as organizações de economia criativa complementares. Isso inclui material de treinamento o mais acessível possível através de desenhos para que possam ser usados em situações de menor grau de instrução e para empoderar populações economicamente vulneráveis.

Durante as visitas, também foram percebidos temas fortes de economia criativa relacionados à história e cultura afro-brasileira.

Foi uma região onde as visitas de avaliação demonstraram, talvez, a maior discrepância entre a valorização comercial dos trabalhos dos artesãos e de sua valorização fora dos locais de criação.

A oferta arquitetônica em Alagoas foi arrematadora e de nível elevado, envolvendo uma extensa e bem-frequentada exposição e uma forte rede de relacionamento.

Por outro lado, os artesãos não tinham voz semelhante e isso pareceu contribuir com sua própria falta de conscientização quanto ao seu próprio valor comercial.

Consequentemente, um dos desafios principais foram as galerias comerciais que determinavam preços de ponto em vez de negociar o valor de um produto de economia criativa. Houve também evidência de preços sendo diminuídos na economia criativa local.



Será útil para o facilitador colocar o *Sprint* sob o contexto do **Modelo de Negócios Canvas (MNC)**.

Os consultores do SEBRAE já utilizam o MNC. Isso é muito bom, pois se ajusta bem ao *Sprint*. Contudo, o MNC é, acima de tudo, uma ferramenta de planejamento estratégico de negócios e opera em um nível mais elevado que o *Sprint*.



O exercício do *Sprint* permite com que isso seja examinado através de proposições



Deadline

**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018



DEADLINE IS COMING

**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018

5 key parts of the Sprint...

- identifying the key challenge and opportunity for a creative entrepreneur.
- clearly identifying the target market.
- generating ideas for how the target market can be reached.
- solutions...storyboarding how the best idea can be put into practice.
- developing the idea so that it can be market tested as part of or away from the Sprint.

Sprint is super-adaptable...however remember to be effective...

- Sprint in name and nature...
- speed of decision making.
- ground rules.

ground rules...

- no laptops, i-Pads or phones...
- everyone's in the room all the time...
- you need a group but choose a decider
- draw!!!
- test and move on...it's a different kind of experiential!

GOOD COP



BAD COP



**Ranked No.12
UK University**

Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**

The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**

The Guardian and the
Complete University Guides 2018

draw...

- accessibility.
- easily remembered.
- connects different sides of the brain.
- quick – avoids “paralysis by analysis”
- fun!!!

and you will of course produce drawings like this...

Desenhando

Os participantes desenharam bastante durante o *Sprint* e se você for o facilitador, vai precisar certificar-se de que as pessoas desenhem mais do que escrevem, na maioria das vezes.

Na verdade, se você participou das oficinas que promovemos no ano passado, pode ser que se lembre do Alan batendo na mesa pedindo para que parassem de escrever e começassem a desenhar!

Por que desenhar?

Os criadores do Google Sprint descobriram que desenhar é a forma mais rápida e mais fácil de transformar ideias abstratas em soluções concretas, e que fazer isso em ocasiões separadamente - em silêncio - evita o "pensamento coletivo".

Proporciona um campo nivelado para todos os empreendedores criativos, seja qual for o grau de instrução dos participantes e os desenhos serão mais lembrados do que o material escrito.

São mais rápidos de produzir do que palavras, evitando o risco de os empreendedores agonizarem pelo direito do uso da palavra e caírem na armadilha da "paralisia por análise".

A produção de arte visual também leva à melhoria da interação mental, especialmente nas regiões frontal, posterior e temporal do cérebro.



Isso deve despertar a criatividade das pessoas... tornando o processo mais produtivo e mais divertido!

E os desenhos vão ficar parecidos com isso...



verdade, se ficarem muito focados em desenhar uma obra de arte, vão reduzir a velocidade do exercício e da criatividade.

Os desenhos são mais parecidos com isso (abaixo), então, faça-os desenhar!



SPRINT S



Computa



Large Dot Stylers
(Winch)



Whiteboard
Paper



SPRINT
Timer

CU SPRINT
Learning Lab (S

This sheet is
document so fo

flipped.coventry.ac.uk

for any Sprint you need...

- a facilitator...
- and a group!
- and a decider per group!!

did I say that you only get to use what you can access in the building to prototype your service or offer?

**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018

use case studies mindfully...

- you don't want to reduce the creative flow!
- sometimes people will want to emulate, copy and ultimately be restricted by a case study!

let's get started....

- everyone will always ask you about timings.
- in the book we give half a day to each of the 5 sections.
- in São Paulo - start to finish 2 hours 30 minutes!

throughout...



**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018

Stage 1 – challenges and opportunities.

What is the big opportunity for creative economy training
– what does it look like?

**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018



Agora, peça para os membros da equipe desenharem a oportunidade em economia criativa com a qual querem trabalhar.

Essa tarefa deve fluir naturalmente após a tarefa um.

Não deixe o grupo esperando por muito tempo para começar a desenhar. Não precisam praticar o desenho e nem fazer um rascunho a lápis antes.

26



ATENÇÃO

- (i) Identifique seu ponto de venda único.
- (ii) Avalie qualquer meta existente.
- (iii) Identifique sinergias, iniciativas com os stakeholders locais, nacionais e internacionais.

Usando esses alertas, o “desafio-chave” dos membros da equipe será transformado em uma oportunidade chave, até mesmo uma “Proposição de Valor”, como para o exemplo do Recife ilustrado na próxima página.

PROJETO **Economia CRIATIVA 1**

27

DIA 1 • TARDE

Este desenho de algumas de nossas equipes do Recife SPRINT capturou a vontade de garantir que a oferta gastronômica local pudesse tocar todos os nossos sentidos - que o consumidor pudesse ficar imerso em sua autenticidade e significado.



TAREFA 3 • Equipe cola os desenhos dos grupos-alvo de clientes na parede (trabalho de equipe)



Peça ao grupo para prender a folha do flip chart na parede e peça para o decisor apresentar a oportunidade ao grupo.

CRÉDITOS

- 0 Capa diagramação Cacau Tyla sobre ilustração Plasteed/Shutterstock.com
- 1 O **Micro Sprint** é licenciado sob Creative Commons CC BY-NC 4.0. e traduzido para o português como **SPRINT: Ideação Rápida**, Dr. Alan Richards, Alex Masters e Oliver Wood. Editado e traduzido por Jaqueline Richards. Data: 28 de novembro de 2017. Versão: v2.0.
- 2 Ícones Shutterstock e Cacau Tyla.
- 3 Imagem criada por Alan Richards, de Knapp, J. com Zeratsky, J. and Kowitz, B. (2016) **Sprint**. Londres: Bantam Press.
- 4 Tyrrell, K. 2015: **Como a arte muda seu cérebro** - o valor de bem-estar proporcionado aos mais velhos pelo ato de desenhar e pintar (publicado online). - <https://makingamark.blogspot.co.uk/2015/10/how-art-changes-your-brain-well-being.html> - acessado em 13 de fevereiro de 2018.
- 5 Imagem liberada para reprodução (publicada online). - http://www.telegraph.co.uk/content/dam/Travel/galleries/travel/destinations/europe/uk/london/25-u25-unmissable-paintings-in-London-nmissable-paintings-in-London/london-paintings12_3173586a.jpg - acessado em 13 de fevereiro de 2018.
- 6 Desenhos da equipe de Minas Gerais, foto tirada pelo autor.
- 7 Richards, A., Masters, A. and Wood O., (2017) **SPRINT: Rapid Ideation**. Coventry: Universidade de Coventry.
- 8 Imagem publicada online. - <https://www.facebook.com/circocrescereviver/> - acessada em 14 de fevereiro de 2018.

let's get drawing - !!!

- you can source drawings!
- and be working on different parts of the page.
- if you practice you'll slow the process up too much!

- pin up!
- present!

**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018

key learning - pinning up and presentation...

- making sure there's a reference point...
- and it's shared by all of you...
- can be a powerful facilitator's tool.

**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018

key learning ice-breaker?



**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018

key learning - the 5 “why’s”

technique for shifting from challenge to opportunity...

**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018

don't be too specific too quick!

Comece grande e vá afinilando ao longo dos três dias.

Deixar isso claro será importante no seu papel de facilitador.



Ao final do terceiro dia, eles vão prototipar uma ideia, produto ou serviço bem específico para levar ao mercado.

No entanto, se decidirem agora, como designers de moda, que querem examinar o design de uma bolsa, eliminarão qualquer ideia que não esteja relacionada a design de bolsa!

testar como parte de um exercício do Sprint... e além dele.

A riqueza do potencial do Sprint é mostrada pela forma como as equipes que tinham o foco inicial em nossas oficinas de “melhorar a experiência gastronômica”, desenvolveram ideias que variaram entre protótipo de aplicativos a experiências de inteligência artificial e experiências imersivas em tempo real.

Uma enorme variedade e diversidade de soluções criativas!!!

No Rio de Janeiro, o foco amplo do Instituto Cultural Pólen e seu desafio-chave em um Sprint pode ser promover o desenvolvimento das comunidades de áreas marginalizadas, especialmente das favelas, através da economia criativa.

Usando esse exemplo, como facilitador, vai então guiaria o grupo pelo processo do Sprint para identificar e prototipar um produto ou serviço em particular até o final do terceiro dia, que visaria tal desafio e oportunidade.

Isso poderia edificar o trabalho e a clientela já existente do Instituto Cultural Pólen, que graduou recentemente quase 200 profissionais do cinema (diretores, editores, fotógrafos, produtores, roteiristas) pela Escola de Cinema Criativa.

Ou poderia pesquisar novos parceiros e novos mercados.

Assim como o Instituto Cultural Pólen, o Observatório de Favelas busca dar aos moradores das favelas a posse total dos direitos de cidadania no espaço urbano, também através da economia criativa.

key learning...

- was the technology an aid or a hindrance?
- did you slip into “masterpiece” production?
- the challenge of keeping everyone involved!

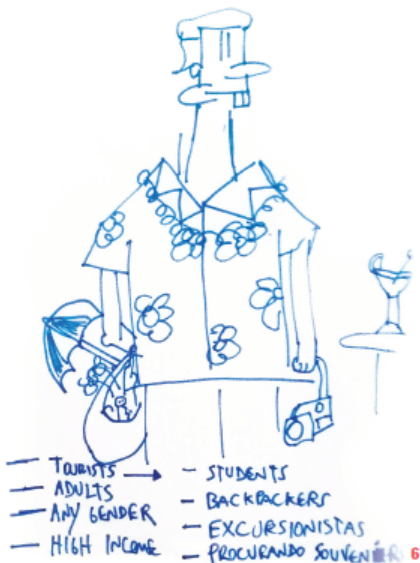
Stage 2 – identify the target market.

- identify the target market including any sub-sets or segments.
- draw it.
- pin it – three sheets away – and present!

TABELA COM OS RESUMOS DOS grupos-alvo de clientes na parede! (trabalho de equipe)



Como facilitador, você vai ter incentivado a equipe a desenhar e agora eles deveriam ter algo como o que produziu nosso grupo do Recife, abaixo.



Peça para os membros da equipe colar o desenho do flip chart na parede, perto, mas não ao lado de sua ideia ou desafio-chave.

Eles preencherão os espaços entre este desenho e a oportunidade-chave ou proposição de valor com mais desenhos que mostrarão como irão chegar à oportunidade-chave com seu grupo de clientes-alvo.

BEIRINHOS IDEIAS SOBRE COMO você pode **ATINGIR O SEU MERCADO-ALVO**

RESUMO

Até o período da tarde do segundo dia, os membros da equipe deveriam estar totalmente focados em soluções! No entanto, certifique-se de que permanecem focados em seu desafio específico ou na oportunidade identificada.

Essa é o (único) momento em que os membros da equipe poderão escrever em vez de desenhar do *Sprint*!!

Ao fim dessa tarde, terão identificado o produto ou serviço que irão prototipar no terceiro dia.

Eles vão fazer isso através de um exercício de “como poderíamos” para notar a oportunidade identificada por eles no primeiro dia com seu mercado-alvo.

is it “just” “consumers” ...

- community?
- Government?
- funders?
- another business?
- wider collaboration?

key learning...

- did “is it ‘just’ consumers” make you think differently?
- did drawing “flush out” any stereotypes?

Stage 3 - how to reach the target market..

- “how might we” (HMW) – individual task.
- themes!
- vote!!

this stage is a bit different...

- it's your chance to write!
- individually and in silence...we're avoiding group think.
- put on a post it note in a few words HMW reach the target market to achieve our big opportunity.

ser sacramentado!



TAREFA 3 • Priorizando as HMWs mais úteis

(trabalho individual)



Peça à equipe que priorize os HMWs mais úteis no momento do voto - em silêncio - com adesivos de bolinha.

Por que em silêncio?

Sim, você também pode votar em sua própria ideia HMW!

A ideia HMW com mais votos é a que será prototipada pela equipe.

Nessa fase, é a ideia que o grupo acha que terá melhor chance de cumprir com a oportunidade identificada.

As outras ideias HMW são o portfólio para onde eles podem voltar e que podem testar em um momento futuro, ou até mesmo dentro desses três dias de *Sprint*, se tudo estiver correndo bem rápido e adiantado no cronograma.



Prepare-se para acelerar o grupo ao longo do processo para evitar a “paralisia por análise”, como por exemplo, na demora para decidir onde colar os adesivos de bolinha!



Se houver empate no voto por adesivo, daí o decisor escolherá qual ideia vai para prototipagem.

Lembre-se de que somente uma ideia HMW pode seguir adiante a partir daqui.



broad brush **solutions...**

- big pens...
- small post it notes...
- few words...

quick fire...

- idea.
- write.
- new post-it.
- repeat!
- rápido

the big theme for this section...

rápido...rápido...rápido...

however pause to choose your decider!!!

up on the wall!!!

- as soon as an individual you've got a group of "post its" start sticking them individually next to the "key opportunity/challenge" flip chart.
- however keep producing more post-its!!
- encourage the groups to get a bit competitive!

arrange the post-its into themes!

- we've moved from the individual to the group.
- label themes as they emerge.
- this is to provide clarity before you vote!

sticky dot time!

- 5 dots.
- you can vote for your own idea.
- if tied the decider decides!
- the HMW idea with the most dots is the one that you'll prototype as a group.

key learning.

- fill the wall...you need a stack of solutions!!!
- remind the group again that this is their portfolio of ideas for future prototyping.
- when it doesn't go as well...

Stage 4 - storyboarding how to put the idea into practice...

- time to consider and specify what the product or service will look like in order to realise the opportunity identified on the first flip chart.
- typically this will be the longest part of the Sprint, however still.....

Rápido!

the 3 parts of stage 4.

- individual “crazy 8s” to generate ideas
- the group chooses one idea to focus on and....
- for them to storyboard...

In silence – “crazy 8s”

- the crazy 8s task is to “realise” the group’s favoured HMW idea.
- however first each group member works in silence to avoid group think!
- it’s called “crazy” 8s because of the pace!

STORYBOARD

• como colocar
as ideias em prática

RESUMO

A manhã do terceiro dia vai se desenhando como um guia gráfico (storyboard) para colocar em prática a ideia HMW escolhida.

Este será o guia dos membros da equipe para os principais recursos de que eles precisarão incluir no protótipo que vão desenvolver na parte da tarde.

Ele pode descrever as características do produto ou serviço ou a forma como o mercado de clientes-alvo se envolverá com ele.

O storyboard dá tempo para empresários criativos considerarem e especificarem como o produto ou serviço será para que se perceba a oportunidade identificada.

TAREFA 1 • Oito ideias em oito minutos!!

(trabalho individual)

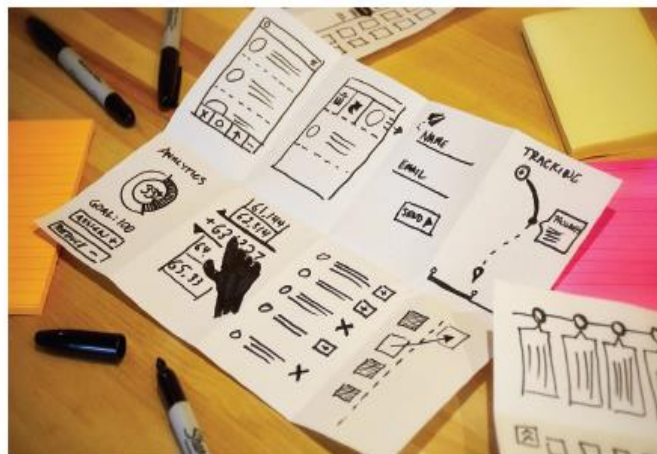


Sua primeira tarefa será facilitar um *brainstorm* individual sobre como os membros da equipe compreendem a ideia HMW eleita ao final do segundo dia.

Esta é outra tarefa silenciosa para evitar “pensar em grupo” e usaremos a técnica “oito ideias em oito minutos” para atingir esse objetivo.

Distribua papel em branco e marcador para todos os participantes.

Peça a todos que dobrem uma folha de papel ao meio 3 vezes para que todos tenham 8 painéis no papel, conforme abaixo.



fold a sheet into 8 panels...

- draw on each panel a possible way of putting the HMW into practice...
- quickly...
- and in silence.

- cross out the 4 worst....
- pick your best
- fold that panel to show and place it in the middle of the table!

- everyone pitch your idea...
- decide on one...as a group!
- now storyboard it.

storyboard...

- 8 panels.
- journey, features or the build.
- this is your blueprint to design your prototype.

Quando o tempo acabar, peça para cada membro eliminar quatro das ideias que gostarem menos.

Em seguida, peça para cada um escolher a ideia de que gostam.

TAREFA 2 • Escolhendo a ideia para fazer o storyboard!!!

(trabalho em equipe)



Todos do grupo escolheram seus caminhos preferidos para levar suas ideias para o cliente do mercado-alvo.

Agora, como o facilitador, você vai precisar que cada um argumente porque o caminho proposto deve ser adotado, colocado no storyboard e produzido pelo grupo inteiro.

Então, o grupo deve decidir qual, entre todas as propostas apresentadas, deve ser escolhida para seguir adiante.

Certifique-se de que o grupo chegue a um consenso. Se não conseguirem, o decisor deve entrar em ação!

ou como uma tira de quadrinhos, se você preferir. Isso lhes dará um plano para o protótipo que será desenvolvido por eles na sessão final.



Como facilitador, você ajuda os membros da equipe a extrair e também, literalmente, desenhar a ideia.

Os melhores storyboards que vimos em nossas visitas ao Brasil começaram a articular a paixão e a emoção da experiência criativa - puramente a partir do próprio storyboard.

DIA 3 • MANHÃ

DIA 3 • TARDE

key learning.

- typically this will be the longest part of the Sprint, however still....
rápido!!
- the eight panels are because your first idea is not necessarily your best.
- the best storyboards that we saw on our visits showed the passion and emotion of the creative experience – purely from the storyboard itself.

Stage 5 - prototyping...

- prototype using what's available...
- naïve or sophisticated...
- present.
- test...
- how far do you want to go...

A ideia é que seja usado qualquer material que esteja na sala sem insistir no recurso perfeito.

Se você tiver o material Sprint descrito na seção 2, você tem o suficiente para prototipar.

Se você tiver o recurso “perfeito”, cairá na armadilha de usar mais tempo do que gostaríamos em busca de produzir o produto “perfeito”.

E a possibilidade de que sua imaginação não dê novos frutos e que você apenas produza o que sempre faz são enormes.

Como apontado no livro Sprint, do Google Ventures:

“*Você pode prototipar qualquer coisa. Os protótipos são descartáveis. Construa o suficiente para aprender, e nada mais. O protótipo deve parecer real.*”



Pode ter essa cara, como o de um dos grupos em Minas Gerais, que ensaiou como seria uma experiência imersiva em economia rural (ao lado).

E aqui está um aplicativo de celular de Alagoas que sequer exigiu tecnologia!



Seu jogo digital para ensinar habilidades empresariais empreendedoras criativas pode ter esse visual, como o de Minas Gerais, ao lado, que nós levamos para desenvolver.

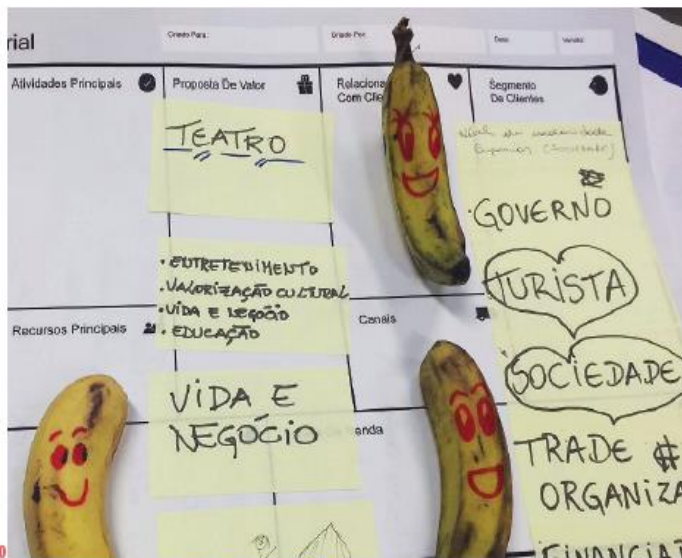
laptops e celulares para começar a baixar aplicativos e criar seus próprios produtos, se quiser.



Ou você pode criar um simulado de um aplicativo a partir do PowerPoint ou Keynote.



Ou até mesmo produzir um filme completo.



Para assistir ...\\Desktop\\Banana video.MOV [link?](#)

Teste seu protótipo uma ou mais vezes!!!



Muitas vezes, os membros das equipes criaram um protótipo brilhante, porém tropeçaram no momento de apresentá-los. Quando chegamos ao Rio, grupos que achavam que tinham chegado ao protótipo estavam sendo encarregados de testá-lo e garantir que funcionasse... várias vezes.

PROJETO Economia CRIATIVA 3

time to build...

**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018

time to test... so present....

**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018

what do you need to do next ?

- test more?
- SMART plan?
- test another HMW?

learning...

- you don't necessarily need the perfect tools...
- if you did you might get what you've always provided...
- you might spend a lot of time looking...
- without ever finding the perfect resource...
- or maybe it's you that's the perfect resource!

contact me...



richard.tomlins@coventry.ac.uk

**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018

SPRINT Supplies



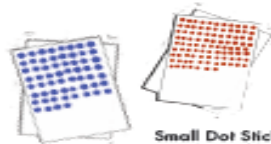
Computer



TV / Monitor



Optional:
Apple TV
Chromecast



Large Dot Stickers
(3/4inch)

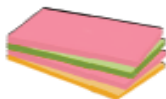
Small Dot Stickers
(1/2inch)



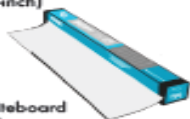
Packs of LEARN Cards



Biro Pens



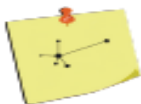
Large Postits



Whiteboard
Paper



Buzzers



Regular
Postits



SPRINT
Timer



Whiteboard
Pens



Personal
Whiteboards

CU SPRINT is part of the Beyond Flipped programme of activity at the Disruptive Media Learning Lab (DMLL), Coventry University. You can find out more about the DMLL at dml.org.uk or drop us an email at dml@coventry.ac.uk.

This sheet is licensed under the Creative Commons license CC BY-NC. You may re-use the document so long as you give attribution to the DMLL and do not use for commercial purposes

we're story telling!!!

**Ranked No.12
UK University**
Guardian University
Guide 2018

**Top 4 for Student Experience
and Teaching Quality**
The Times and Sunday Times
Good University Guide 2017

**UK's highest ranking
New University**
The Guardian and the
Complete University Guides 2018