**Template do Projeto Integrador II**

**Capa**

Nome da empresa fictícia (criada no PI I).

Nome dos integrantes do grupo.

Curso e semestre.

Data de entrega.

**1. Introdução**

* **Resumo do PI I:** Descrição breve da empresa, missão, visão, valores e principais objetivos abordados anteriormente.
* **Objetivo do PI II:** Introdução ao objetivo do projeto integrador II, destacando o foco em validação de dados, prototipagem, design thinking, storytelling, e criação de dashboards.

**Fase 1: Design Thinking e Prototipagem (Entrega Parcial)**

**2. Revisão e Imersão no Projeto**

* **Imersão:** Reanálise do negócio fictício desenvolvido no PI I, incorporando a metodologia de design thinking.
* **Problemas Identificados e Propostas de Melhorias:** Identificação de novas oportunidades e desafios do produto ou serviço, alinhados com o contexto de mercado e público-alvo.
* **Persona e Mapa de Empatia:**
  + Inclusão do perfil do cliente (persona) e do mapa de empatia com base nas informações e segmentação desenvolvidas na disciplina de Marketing.

**3. Prototipagem do Produto/Serviço**

* **MVP (Produto Mínimo Viável):**
  + Descrição detalhada do protótipo desenvolvido para o produto ou serviço, incluindo funcionalidades principais e justificativas.
  + Explicação sobre a validação inicial do produto, baseada em feedback fictício ou fontes de dados.

**4. Desenvolvimento de Dashboards Operativos (Power BI)**

* **Dashboards por Função Operativa:**
  + **Financeiro:** Principais indicadores financeiros (receita, despesas, etc.).
  + **Marketing:** Dados sobre campanhas, taxas de conversão e ROI.
  + **Produção:** Eficiência e controle de estoque.
  + **RH:** Absenteísmo, turnover e satisfação dos funcionários.
  + **Visão Geral:** Indicadores estratégicos consolidados.

**((obviamente aqui apenas os dashboards que façam sentido para o negócio fim proposto devem ser apresentados e explicados))**

* **Documentação e Justificativa:** Explicação sobre as fontes de dados (reais ou simulados) e processos de tratamento e limpeza de dados.

**Fase 2: Storytelling e Refinamento (Entrega Final)**

**5. Storytelling com Dados**

* **Narrativa Visual:** Explicação detalhada sobre a estrutura narrativa adotada nos dashboards, com foco nos principais insights.
* **Storytelling dos Dashboards:** Aplicação de técnicas de storytelling para guiar a leitura dos dados, conectando métricas aos objetivos estratégicos da empresa.

**6. Revisão do Business Model Canvas (BMC)**

* **Ajustes no BMC:** Atualização do BMC da empresa fictícia com base nas validações de mercado e prototipagem.
* **Proposta de Valor:** Revisão da proposta de valor, com ênfase em diferenciais competitivos e necessidades do cliente.

**7. Campanha de Lançamento e Estratégia de Marketing**

* **Planejamento de Campanha:** Estratégia para lançamento do produto, com definição de canais e plano de comunicação.
* **Análise de Métricas de Marketing:** Detalhamento de ROI, CAC e SEM como indicadores de performance e posicionamento de mercado.

**8. Dashboards Finais e Ajustes de Design**

* **Dashboards Refinados:** Inclusão de melhorias baseadas nas técnicas de design de UX e storytelling, aplicando feedback recebido.
* **Documentação Final:** Explicação das mudanças feitas, com justificativas para o uso de gráficos e estrutura visual.

**Conclusão**

* **Reflexão sobre o Processo:** Avaliação do impacto das metodologias aplicadas (Design Thinking, Prototipagem, Storytelling) no desenvolvimento do projeto.
* **Próximos Passos:** Sugestões para continuidade do projeto e possíveis evoluções.

**Anexos**

* **Anexo I:** Versão revisada do BMC.
* **Anexo II:** Screenshots dos dashboards desenvolvidos.
* **Anexo III:** Dados fictícios e fontes de simulação utilizados.