

Nazwa przedmiotu		Metody kreatywnego myślenia i prezentacje biznesowe					Kod ECTS	14.3.E.SZ.3254			
							Pkt.ECTS	2			
Jednostka prowadząca przedmiot		IHZ	Nazwa kierunku		MSG	Nazwa specjalności		MSM;			
Nazwisko prowadzącego		dr Tomasz Czuba									
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	0	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	15	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		1 SS2,			
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):				30		Semestr:		1,			
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):				20		Status przedmiotu:		Obligatoryjny			
Sumaryczna liczba godzin:				50		Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.									
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Aktywność w grupach, współpraca,									
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne		Marketing, badania marketingowe, strategie marketingowe, psychologia w marketingu.									
Wymagania wstępne		Wiedza za zakresu marketingu.									
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia		Zaliczenie na ocenę									
Kryteria oceny		Zaliczenie w formie zrealizowanego projektu grupowego podlegającego ocenie i prezentacji grupowej. Projekt realizowany w grupach 4-5 osobowych, temat projektu określony i zatwierdzony jest przez prowadzącego na pierwszych zajęciach. Kolejne zajęcia to realizacja 5 etapów projektu. Za każdy z etapów projektu do zdobycia jest 10 punktów (łącznie 50) + 10 punktów za prezentację. Zaliczenie przedmiotu to uzyskanie minimum 31 punktów.									
Cele przedmiotu											
Efekty uczenia się											
Wiedza	MSG2_W05	Student zna zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, zarówno w aspekcie krajowym, międzynarodowym i globalnym									
	MSG2_W06	Student dysponuje poszerzoną wiedzą z zakresu podstawowych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa									
	MSG2_W12	Student zna i rozumie ogólne pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej (przemysłowej) i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej									
Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza											
Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
	MSG2_W05						X	X			X
	MSG2_W06						X	X			X
	MSG2_W12						X	X			X
Umiejętności	MSG2_U02	Student umie wykorzystać wiedzę teoretyczną w praktyce, w odniesieniu do funkcjonowania podmiotów gospodarczych									
	MSG2_U04	Student potrafi dokonywać obserwacji i analiz procesów gospodarczych zachodzących w gospodarce otwartej, potrafi interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne									

MSG2_U10	Student potrafi wykorzystywać podstawowe programy komputerowe w zakresie pozyskiwania i analizy danych, niezbędnych w pracy zawodowej
----------	---

Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
MSG2_U02							X	X			X
MSG2_U04							X	X			X
MSG2_U10							X	X			X

Kompetencje	MSG2_K02	Student potrafi współpracować w zespole, w tym przyjmować różne role zespołowe, posiada umiejętności organizacyjne, które pozwalają na realizację celów związanych z projektowaniem i podejmowaniem działań zawodowych
	MSG2_K06	Student potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy

Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
MSG2_K02							X	X			X
MSG2_K06							X	X			X

Treści programowe
1. Wykorzystanie koncepcji design thinking w praktyce (praca semestralna)

Wprowadzenie teoretyczne do koncepcji design thinking. Wybór zespołów projektowych. Generowanie pomysłów na projekty. Wybór i zatwierdzenie tematów realizowanych projektów. Ograniczenia w realizacji projektów, wymagania prezentacyjne projektu.

2. Realizacja projektów według koncepcji design thinking - Etapy 1: Empatia
3. Realizacja projektów według koncepcji design thinking - Etapy 2: Definiowanie problemu
4. Realizacja projektów według koncepcji design thinking - Etapy 3: Generowanie pomysłów
5. Realizacja projektów według koncepcji design thinking - Etapy 4: Budowanie prototypów
6. Realizacja projektów według koncepcji design thinking - Etapy 5: Testowanie
7. Prezentacja zrealizowanych projektów

Wymiar przedmiotu ma charakter kreatywny, angażujący studentów w prace o charakterze projektowym zakończone prezentacją.

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej
Literatura podstawowa:

1. T. Brown, Zmiana przez design: jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność, Libron 2013
2. M. Stickdorn, This is service design thinking, BIS Publishers 2011
3. <http://designthinking.pl> + artykuły w wersji elektronicznej dostarczane przed zajęciami

Literatura uzupełniająca:

T. Lockwood, Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value, 2010



Kontakt

tomasz.czuba@ug.edu.pl,