

Nazwa przedmiotu		Design thinking w kreowaniu produktu					Kod ECTS	14.3.E.SZ.3752				
							Pkt.ECTS	3				
Jednostka prowadząca przedmiot		KBM		Nazwa kierunku		MSG		Nazwa specjalności		MSM;		
Nazwisko prowadzącego		dr Aleksandra Aziewicz										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	15	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		2 SS2,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:		3,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):						Status przedmiotu:		Obligatoryjny				
Sumaryczna liczba godzin:						0		Język wykładowy:		polski		
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.										
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Aktywność w grupach, współpraca, Warsztat										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne												
Wymagania wstępne		marketing, badania marketingowe										
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia		Zaliczenie na ocenę										
Kryteria oceny		100% - realizacja projektu semestralnego dotyczącego kreowania produktu z wykorzystaniem metody Design Thinking.										
Cele przedmiotu												
Zapoznanie uczestników kursu z praktycznym wykorzystaniem metody Design Thinking w procesie kreowania produktu/usługi.												
Efekty uczenia się												
Wiedza		MSG2_W10	dysponuje pogłębioną wiedzą z zakresu uwarunkowań prawnych, kulturowych i finansowych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, w szczególności o charakterze międzynarodowym									
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_W10									X	X		X
Kompetencje		MSG2_K04	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki, ocenia ryzyko i zagrożenia oraz znajduje sposoby przeciwdziałania ich skutkom									
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_K04										X		X

Treści programowe

Wprowadzenie teoretyczne do koncepcji Design Thinking uwzględniające praktyczne przykłady wykorzystania kreatywnej metody rozwiązywania problemów, omówienie poszczególnych etapów metody oraz korzyści jakie wynikają z jej stosowania.

Realizacja projektów zgodnie z koncepcją Design Thinking uwzględniając wszystkie etapy:

1. Empatia

W ramach etapu empatii, studenci przeprowadzają wywiad z personą w celu dogłębnego poznania jej potrzeb, motywacji czy zachowań konsumenckich.

2. Definiowanie problemu

Studenci w oparciu o informacje uzyskane w efekcie przeprowadzonego wywiadu określają problem osoby, który następnie przekształcają w wyzwanie.

3. Generowanie pomysłów

Etap generowania pomysłów jest poszukiwaniem rozwiązania (produktu) na wcześniej zdefiniowany problem/wyzwanie. Studenci pracują z wykorzystaniem metody burzy mózgów.

4. Prototypowanie

W ramach etapu prototypowania, studenci mają za zadanie stworzyć z dostarczonych przez prowadzącego materiałów prototyp wybranego w grupie rozwiązania(produktu) dla osoby. Prototyp może przybrać m.in. formę 3D, schematu, odegrania scenki.

5. Testowanie

Studenci prezentują osobie lub prowadzącemu zajęcia prototypy. Otrzymują informacje zwrotną odnośnie zaprojektowanego rozwiązania(produktu).

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

a) Badania marketingowe. Teoria i praktyka. Redakcja naukowa K. Mazurek-Łopacińska, PWN, 2011.

b) Poradnik design thinking - czyli jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie, B. Michalska-Dominiak, P. Grocholiński, Onepress, 2019.

Kontakt

[aleksandra.aziewicz@ug.edu.pl](mailto:aleksandra.aziewicz@ug.edu.pl),