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

Wszystkie prawa zastrzeżone (c) Aleksandra Aziewicz

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 persony, 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 persony. Prototyp może przybrać m.in. formę 3D, schematu, odegrania scenki. 5. Testowanie Studenci prezentują personie 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,

Wszystkie prawa zastrzeżone (c) Aleksandra Aziewicz