



Program warsztatów z Design Thinking

I. **Ogólny opis zakresu warsztatów**

Warsztaty pobudzać będą chęć wyjścia poza schemat dotychczasowego działania, a co za tym idzie wyzwolą kreatywność odzwierciedlającą się nieszablonowym myśleniem oraz otwartością w sugerowaniu rozwiązań.

Uczestnicy warsztatów zostaną zapoznani z wartościami, które wynikają ze stosowania wzornictwa i projektowego myślenia.

Do najważniejszych zagadnień, jakie zostaną poruszone podczas warsztatów, należą:

- tworzenie grup projektowych, praca w grupach
- zapoznanie z metodologią Design Thinking – terminologia, metody i narzędzia, case studies
- testowanie i nauka działania wybranych narzędzi i metod Design Thinking
- przedstawienie pięciu etapów Design Thinking

Techniki przeprowadzenia warsztatów

- Opracowanie mapy celów
- Burza mózgów
- Tworzenie mind map
- Stymulowanie dyskusji
- Wykład
- Praca w podgrupach
- Projekty i zadania realizowane indywidualnie i grupowo
- Analiza przypadku
- Wykorzystanie moodboard

II. **Szczegółowy program**

1. TWORZENIE GRUP PROJEKTOWYCH, PRACA W GRUPACH

- tworzenie multidyscyplinarnego zespołu projektowego
- reguły tworzenia zespołu
- budowa zespołu generującego dużo pomysłów
- nauka współpracy

2. ZAPOZNANIE Z METODOLOGIĄ DESIGN THINKING – TERMINOLOGIA, METODY I NARZĘDZIA, CASE STUDIES

- czym jest Design Thinking, jakimi problemami się zajmuje
- podstawowa terminologia
- możliwości zastosowania Design Thinking w praktyce



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



PROGRAM ROZWOJOWY
POLITECHNIKI WARSZAWSKIEJ

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



3. TESTOWANIE I NAUKA DZIAŁANIA WYBRANYCH NARZĘDZI I METOD DESIGN THINKING

- Desk research
- trendhunting/mapa trendów
- shadowing
- service safaris
- mapa interesariuszy
- mobile ethnography
- persona
- ścieżka klienta
- storyboard
- burza mózgów
- role playing
- prototypowanie
- service blueprint
- „mapy drogowe” projektów

4. PRZEPROWADZENIE PRZEZ PIĘĆ ETAPÓW DESIGN THINKING

- empatyzacja – wejście w skórę użytkownika
- definiowanie problemu
- generowanie pomysłów
- budowanie prototypów
- testowanie

5. METODOLOGIA DESIGN THINKING PODSTAWĄ DO SKUTECZNEJ KOMUNIKACJI Z KLIENTEM

- sposoby na użycie metodologii Design Thinking w swojej pracy
- przykłady wdrożeń
- identyfikacja obszarów w celu poprawy relacji z klientami
- świadome projektowanie własnych usług
- nauka wdrażania zmian

6. „START-UP” – CZAS NA ROZWÓJ

- gdy decydujemy się na start-up
- co zrobić by biznes przyniósł zyski – definicja modelu biznesowego
- klasyfikacja modeli biznesowych
- Customer Development – jako narzędzie zarządzania start-upem



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



PROGRAM ROZWOJOWY
POLITECHNIKI WARSZAWSKIEJ

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

