

Kurzusleírás (tematika)

Kurzus neve: A design thinking alkalmazása az üzleti életben				
A kurzus oktatója/i, elérhetősége(i): Tóth Tímea Mónika (timeamonikatoth@icloud.com , +36 30 9146723)				
Kód: M-KF-301-EI- 202102-01	Tantervi hely:	Javasolt félév:	Kredit: 5	Tanóraszám: 48 Egyéni hallgatói munkaóra: 102
Kapcsolt kódok:	Típus: (szeminárium/elő adás/gyakorlat/ko nzultáció stb.)	Szab.vál-ként felvehető-e? igen	Szab.vál. esetén sajátos előfeltételek: nincs	
A kurzus kapcsolatai (előfeltételek, párhuzamosságok): nincs				
A kurzus célja és alapelvei: (a tantárgyi leírás alapján, azzal összhangban határozandók meg) A kurzus elsősorban olyan hallgatóknak szól, akik design menedzsment, design research, service design, UX területen nagyvállalatoknál képzelik el a jövőjüket, vagy tanácsadó cégeken, kreatív ügynökségeken keresztül nagyvállalati design projektekben szeretnének dolgozni. A kurzus célja, hogy elméleti betekintést és gyakorlati tapasztalatot adjon a nagyvállalati design praxis, az üzleti életben alkalmazott design folyamatok és módszerek terén, valamint a nagyvállalati design menedzsment kérdéseit illetően. A kurzus tematikája ötvözi a szakirodalmat és az üzleti életből vett gyakorlati tapasztalatokat, illusztratív esettanulmányokat, valamint a csoportos feladatokon keresztül lehetőséget ad az interdiszciplináris csapatmunkára, az együttműködés és az együtt alkotás, valamint a kommunikációs készségek fejlesztésére.				
Tanulási eredmények (fejlesztendő szakmai és általános kompetenciák): (a tantárgyi leírás alapján, azzal összhangban határozandók meg) Ismeret/tudás: <ul style="list-style-type: none">- Átfogó ismeretekkel bír a design menedzsment hatókörébe tartozó tervezési folyamatokról.- Részletekbe menő ismeretekkel bír a design menedzsment területén érvényesülő gazdasági törvényszerűségekről.- Pontos ismeretei vannak általában a design menedzsment célterületén a profitorientált működés sajátosságairól.- Széleskörű ismeretekkel bír a design fogyasztói mintáiról, azok feltérképezésének módjairól, az alkotó és a fogyasztó közötti csatornák használatáról.- Konkrét gyakorlatba átültethető jártassága van márka- és stratégiaalkotási feladatokról. Képesség: <ul style="list-style-type: none">- Azonosítja a design előremutató értékeit és hatékonyan képviseli azokat mind gazdasági, mind esztétikai tekintetben.- A kreatívipari értékteremtést etikai értelemben is társadalmilag mértékadóan, példamutatóan végzi; képes összeegyeztetni egyéni céljait különböző csoportérdekekkel, (beleértve a gazdasági érdekeket) és általánosabb szinten a közjó érvényesítésével.- Asszertív kommunikációt folytat egy-egy helyzet gyakran ellentétes pozíciójú érintettje				

felé, erősíti a csapatmunkát, előmozdítja az együttműködést különböző érdekeltségű felek között.

- Innovatív megoldásokat keres a design és a kultúra gazdasági kihívásainak kezelésére, tekintettel van ezek társadalmi és nemzetközi kihatásaira
- Megvalósítható jövőképet alakít ki design gyakorlati szempontok, egyéni és közösségi törekvések szintetizálásával.

Attitűd:

- Szakmai identitása tükrözi saját kulturális értékválasztásait, egyúttal nyitottságról, tartós tanulási vágyról és képességről tesz bizonyosságot.
- Tevékenységét magas hivatás- és értéktudattal, a szakma etikai normáit szem előtt tartva végzi; kezdeményező hozzáállással viszonyul munkatársai és külső környezete felé értékválasztási kérdésekben.
- Elfogadó, nyitott kapcsolatot ápol szakmai partnereivel, munkatársként és vezetőként egyaránt saját és csapattársai fejlődését elősegítve.
- Egyaránt elkötelezett a design minőség és annak társadalmilag, gazdaságilag kivitelezhető, a befogadók által is elismert érvényesítése iránt.
- Törekszik a vállalkozások szervezeti mechanizmusainak javítására, a design értékeinek meghonosítására.

Felelősség / önállóság:

- Egyensúlyban látja a design és a gazdaság hagyományos, történeti értékeit és mai, újító tendenciáit, képes e regiszterek között szabadon mozogni
- Felelősen mérlegeli szakterületén és a szélesebb társadalmi kontextusban is döntéseinek, szervezete tevékenységének következményeit.
- Önálló menedzseri elképzeléseit az együttműködő kulturális szereplők hasonlóan szuverén alkotói koncepcióival harmóniában tudja kezelni.
- Szintetizáló felfogás segítségével eltérő gazdasági-közösségi célok felvállalásával ösztársadalmi érdeket is képes előmozdítani.
- Képes saját kreatívipari vállalkozást, vagy startup csoportot létrehozni, illetve nagyobb profitorientált szervezetben külön munkaterületen eredményesen hozzájárulni a csapatmunkához.

A kurzus keretében feldolgozandó témakörök, témák:

1. Bevezetés, a kurzus tematikája és követelményei. Üzlet és design. (A kurzus céljának és követelményeinek ismertetése, a hallgatói elvárások összegyűjtése. Design kultúra-tudományi bevezető: a design gazdaságot formáló hatása. Alapvető fogalmak ismertetése.)
2. Az innovációs környezet változása és a problémák természete. (Az értékteremtés paradigmatisztikus változásai az ipari forradalomtól napjainkig – gazdaságtörténeti áttekintés. Problématípusok (egyszerű, komplex és képlékeny problémák) és megoldási módszerek (lineáris és iteratív, analitikus és integratív módszerek). VUCA környezet.)
3. Ügyfélközpontúság és design kultúra. Design szervezet és stratégia. (Szervezetelméleti háttér, kulturális modellek (jéghegy, hagyma). Működési példák. RACI mátrix)
4. Design folyamat és design menedzsment. Design thinking, mint integratív ‘problémamegoldás’ modell. (A design thinking folyamatmodellek ismertetése (double diamond, IDEO design thinking, IBM Loop, Google Sprint stb.) Design who is who – új szerepkörök a vállalatban belül.)
5. Kreatív elmetrűkkök és moderált gondolkodás. (A kreatív intelligenciát inspiráló játékok:

„Gamestorming” technikák és módszerek ismertetése, gyakorlása. Strukturált gondolkodás pl. mind map, a divergens és a konvergens gondolkodást ösztönző gyakorlatok.)

6. Az emberközpontú probléma megértés. Insight research. Market research. (A probléma megismerésének technikái, kutatási módszertanok. Interjútechnikák és gyakorlati instrukciók a csoportos munkához. A szintetizálás és strukturálás módszerei.)
7. Ügífélközpontú márka stratégia. A differenciálás új módszere: az emberközpontú élménytervezés (Ügyféléletciklus, ügyfélkapcsolatok menedzsmentje. Márkaidentitás és márka percepció. Márka pozicionálás, márka értékek és megkülönböztetés. Márkastratégia és ügyfélélmény.)
8. Customer experience mapping (A kiválasztott problémával kapcsolatos jelenlegi élmények feltérképezése, fájdalompontok detektálása.)
9. Customer journey design (A kiválasztott problémával kapcsolatos jövőbeni élmények koncepcionális tervezése)
10. A koncepcionális prototípus (szintézis, vizualizáció és storytelling). (A narratív kommunikáció, Storytelling a meggyőzésben. Vizuális nyelv. Prezentációs technikák.)
11. Konzultáció (A koncepcionális prototípussal kapcsolatos egyeztetési lehetőség)
12. Félévzárás, értékelés. (A csoportos munka összefoglalása: a probléma és a koncepcionális prototípus előadása.)

A kurzus során alkalmazott KFI módszerek, eszközök:

Design kutatási módszerek, design thinking / service design módszertanok, gamestorming és workshop facilitálási, vizualizációs és prezentációs technikák

Tanulásszervezés/folyamatszervezés sajátosságai:

A kurzus elején a hallgatók közösen ötletelnek és választanak ki olyan aktuális problémákat, amelyek megoldására motiváltak. A kiválasztott 3-4 témához a hallgatók 4 fős csoportokba szerveződnek, és a műhelymunka során az oktató vezetésével, a kurzus alkalmak között pedig önállóan dolgoznak együtt. A kurzus alkalmak első felében az oktató előadás formájában ismerteti az aktuális témához tartozó elméleti háttérrel és az üzleti kontextust. Szünetet követően az alkalom második felében az ütemtervnek megfelelően facilitált csoportos műhelymunka zajlik, amelyen az előadás során ismertetett módszertanokat az oktató vezetésével gyakorolhatják a hallgatók. Két alkalom között a csoportok tovább csiszolják a kurzuson megkezdett feladatokat (pl. mind mapping és kontextus térkép, stratégiai és empátia térképek, persona profilozás vagy márkapozicionálási gyakorlatok), és addicionális feladatokat pl. interjú készítés oldanak meg az oktató iránymutatása alapján. A műhelymunkák során a csoportok bemutatják a két alkalom között elért közös eredményeiket, a többi hallgatók és az oktató pedig építő kritikát és támogató visszajelzést ad. A csoportok vezetőt jelölnek ki maguknak, aki „projekt menedzserként” tartja a kapcsolatot az oktatóval a csoport nevében, a csoporton belül biztosítja az egyenletes munkamegosztást és a kollaboráció szervezését. A kurzus menete, az egyes foglalkozások jellege és ütemezésük (több tanár esetén akár a tanári közreműködés megosztását is jelezve:

1. Elméleti előadás. Hallgatói elvárások, motivációk összegyűjtése post-up módszerrel, közös megbeszélés.

- 2-3. Elméleti előadások. 4 problémátér kiválasztása a csoportos gyakorlatokhoz konszenzusos játék alkalmazásával. Csoportszerveződés.
4. Elméleti előadás. Műhelymunka - Egyéni és csoportos játékok. A kiválasztott problémátér körbejárása mind map segítségével, stratégiai vízió alkotása.
5. Elméleti előadás. Műhelymunka – kontextus térkép csoportos összeállítása egyéni inputokból
6. Elméleti előadás. Műhelymunka - Facilitált csoportmunka a felderítő kérdések megfogalmazására. Csoportos felkészülés az interjúkészítésre.
7. Elméleti előadás. Műhelymunka - Márka koncepcionálási gyakorlatok.
8. Elméleti előadás. Műhelymunka - Csoportos analitikus gyakorlatok. Az előző órák után készített interjúk egyéni eredményeinek megosztása és csoportos strukturálása és szintetizálása. Journey tervezési gyakorlat.
9. Elméleti előadás. Műhelymunka - Csoportos tervezői gyakorlatok.
10. Elméleti előadás. Műhelymunka - Prezentációs gyakorlatok.
11. Csoportos megbeszélés: a vizsga előtti „főpróba” – design kritikai gyakorlat
12. Csoportos prezentációk, közös visszajelzések és értékelés.

A hallgatók tennivalói, feladatai:

Órákon való aktív részvétel, egyéni és csoportos feladatok órákon kívüli megoldása (pl. egyéni interjúszervezés, -készítés, közös ötletelések, közös vizsgaanyag elkészítése)

A tanulás környezete: (pl. tanterem, stúdió, műterem, külső helyszín, online, vállalati gyakorlat stb.)

Whiteboard-dal és/vagy nagy rajzolható/post-itezhető felületekkel rendelkező tanterem
Online megvalósítás esetén digitális whiteboard szoftver (pl. Mural) hozzáférés szükséges lehet.

Értékelés:

(Több tanár és tanáronként külön értékelés esetén tanáronként megbontva)

Teljesítendő követelmények:

Kurzuson való megjelenés és aktív részvétel.

Órakozi egyéni és csapatmunkában való aktív részvétel: A kurzus 2-11. hetében a hallgatók a tematika mentén az elmélet elsajátítása mellett közösen választott témájú feladatokat dolgoznak fel csoportosan a létszámtól függően (max. 4 önszerveződő csoportban).

Értékelés módja: (milyen módszerekkel zajlik az értékelés {teszt, szóbeli felelet, gyakorlati demonstráció stb.})

Zárvizsgaként a csoportok egy közösen megalkotott koncepcionális prototípust (megoldási tervet) mutatnak be az utolsó órán valamilyen prezentációs módszer segítségével pl. powerpoint diasor, infografikus poszter, fotorealisztikus vagy képregényszerű vizualizáció.

Az értékelés szempontjai (mi mindent veszünk figyelembe az értékelésben):

Ez a koncepcionális prototípus az értékelés fő eleme, amelyen keresztül a hallgatók szabadon választott narratívában összegzik a kurzus elején kiválasztott probléma megértésére irányuló részfeladatok eredményeit, összefüggéseit és a következtetéseiket, valamint bemutatják a közös alkotótevékenységük során létrejött koncepcionális megoldást a problémára.

Az érdemjegy kiszámítása (az egyes értékelt követelmények eredménye hogyan jelenik meg a végső érdemjegyben? {pl. arányok, pontok, súlyok}):

Az 1-5 skálán történő egyéni osztályzásba beleszámít az órákon való aktív részvétel (10 pont/alkalom), az együttműködés és munkamegosztás minősége a csoportokon belül (a 4 fős csoport konszenzus alapján 100 pontot oszt szét a tagjai között a közös munkában való részvétel arányában), valamint az elméleti tudás gyakorlatba helyezésének képessége, melyet a vizsgaprezentáción az oktató és a csapatvezetők egyénienként max. 25-25 ponttal értékelhetnek. Az érdemjegy meghatározása az elérhető maximum pontszám és az egyéni pontok alapján történik: 0-39% - elégtelen, 40-54% - elégséges, 55-69% - közepes, 70-84% - jó, 85-100% - jeles.

Kötelező irodalom: nincs. Az órai előadásokat a hallgatók prezentáció formájában megkapják.

Ajánlott irodalom:

Design Process, Management and Value:

1. Karl Aspelund: The Design Process
2. Terry Lee Stone: Managing the Design Process: Concept Development
3. Thomas Lockwood: Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value
4. Tim Brown: Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation
5. Roger L. Martin: The Design of Business: Why Design Thinking is the Next Competitive Advantage
6. Nigel Cross: Design Thinking
7. Guy Julier: Economies of Design

Design Briefing

1. Peter L. Philips: Creating the Perfect Design Brief: How to Manage Design for Strategic Advantage

Design in Customer Experience

1. B. Joseph Pine II, James H. Gilmore: The Experience Economy
2. Harley Manning, Kerry Bodine (Forrester Research): Outside in: The Power of Putting Customers at the Center of Your Business
3. Customer Excellence Magazine: <http://www.cxcellence.com>

Design Thinking / Toolkit

1. Tim Ogilvie, Jeanne Liedtka: Designing for Growth: A Design Thinking Toolkit for Managers
2. Mark Stickdorn: This is Service Design Thinking
3. Mark Stickdorn, Markus Edgar Hormess, Adam Lawrence, Jakob Schneider: This is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World
4. Marc Stickdorn, Markus Edgar Hormess: This is Service Design Methods: <https://www.thisisservicedesigndoing.com/methods>
5. Design a Better Business: <https://designabetterbusiness.tools>
6. Sunni Brown, Dave Gray, James Macanufo: Gamestorming: A playbook for Innovators, Rulebreakers, and Changemakers, www.gamestorming.com

Design Research

1. Bruce Hanington, Bella Martin: Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions
2. Nigel Cross: Designerly Ways of Knowing
3. Roberto Verganti: Design Driven Innovation: Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean
4. Don Norman: The Design of Everyday Things
5. Jennifer Visocky O'Grady, Ken O'Grady: A Designer's Research Manual
6. Will Leach: Marketing to Mindstates, <https://www.will-leach.com>
7. Digital Tools for Design Research: <https://labs.ideo.com/2014/09/19/digital-tools-for-design-research/>

Design Presentation and Language

1. Nancy Duarte: Slide:ology: The Art and Science of Creating Great Presentations
2. Nancy Duarte: Resonate: Present Visual Stories that Transform Audiences
3. Extreme Presentation Method: <https://extremepresentation.com>
4. Powerpoint Karaoke: <https://www.powerpointkaraoke.com>
5. Pecha Kucha: <https://www.pechakucha.org>, <https://gamestorming.com/pechakuchaignite/>
6. Cool Infographics: www.coolinfographics.com
7. How to Present Your Design Ideas to Your Clients
<https://www.gavinelliott.co.uk/2010/02/how-to-present-your-designs-to-the-client/>
8. Interesting infographics: <https://www.slow-journalism.com/filter/infographics>

Egyéb információk:

A kurzus sikere a gyakorlati elemekre épül, így nemcsak az órákon, de az órák között, egyéni és csoportos együtt alkotási feladatokra is számítani kell.

Máshol/korábban szerzett tudás elismerése/ validációs elv:

- *teljeskörű beszámítás/elismerés lehetséges*
- *részleges beszámítás/elismerés lehetséges*
- *nincs lehetőség elismerésre/beszámításra*

Tanórán kívüli konzultációs időpontok és helyszín:

Igény esetén megoldható egyéni megbeszélés alapján