**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Науково-методичною радою Державного університету «Житомирська політехніка»

протокол від \_\_ \_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ р. №\_\_

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ**

**для самостійної роботи здобувачів вищої освіти**

**з навчальної дисципліни**

**«Дизайн-мислення»**

для здобувачів вищої освіти освітнього ступеня «магістр»

спеціальності 051 «Економіка»

освітньо-професійна програма «Економіка»

факультет бізнесу та сфери обслуговування

(назва факультету)

кафедра цифрової економіки та міжнародних економічних відносин

(назва кафедри)

Рекомендовано на засіданні кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин

28 серпня 2021 р.,

протокол № 13

Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі.

**Житомир
 2021-2022 н.р.**

 [Електронний ресурс] : методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни «Дизайн-мислення» для здобувачів вищої освіти «Магістр» за спеціальністю: 051 «Економіка». – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2021. – Режим доступу:

Методичні рекомендації до самостійних занять розроблено в рамках проєкту Erasmus+ “Діджиталізація економіки як елемент сталого розвитку України та Таджикистану (DigEco) 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP”/ The proramm is developed in the framework of ERASMUS+ CBHE project “Digitalization of economic as an element of sustainable development of Ukraine and Tajikistan” / DigEco 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP

Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Цей документ відображає лише погляди автора, і Комісія не несе відповідальності за будь-яке використання інформації, що міститься в документі/This project has been funded with support from the European Commission. This document reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

Розробник: к.е.н., Богоявленська Юлія Вячеславівна

© Державний університет «Житомирська політехніка», 2021

 © Ю. В. Богоявленська, 2021

**ЗМІСТ**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |  |
| --- | --- |
| Вступ |  |
| Тема 1. Концепція дизайн-мислення: принципи, процес. Емпатія: розуміння людських потреб та нестатків. |  |
| Тема 2. Визначення проблеми: переформування та визначення проблеми людино-орієнтованими способами. |  |
| Тема 3. Генерація ідей: техніки та інструменти створення концепції рішень. |  |
| Тема 4. Прототипування: застосування практичного підходу до моделювання ідей. |  |
| Тема 5. Тестування: розробка прототипу варіанту рішення проблеми та оцінка отриманих результатів. |  |
| СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ |  |

 |  |
|  |  |

**вступ**

Функціонування бізнесу в умовах конкурентного середовища вимагає від представників бізнесу впроваджувати інноваційні підходи та технології ведення бізнесу, задоволення запитів ключових споживачів на основі детального вивчення їх потреб, формування оригінальних маркетингових стратегій розвитку ринку та основі вивчення специфічних очікувань окремих категорій населення. Розуміння сучасними маркетологами напрямів використання такого ефективного методу генерування інноваційних шляхів вирішення маркетингових завдань, як дизайнерське мислення, спрямоване на формування навиків пошуку шляхів творчого вирішення прикладних завдань у груповій роботі. Дизайн-мислення є процесом проектування та розробки продуктів та все частіше використовується як інструмент просування інновацій та структурування процесів розробки продуктів. Гармонійне поєднання навчання та рефлексійних практик у структурі дизайн-мислення формує гібрідну модель, що є найефективнішим інструментом створення та вирішення проблем роботи команд над колективним створенням інновацій.

Мета курсу — оволодіння теоретичними знаннями і практичними навиками, які необхідні для визначення існуючих проблем потенційних клієнтів та генерування інноваційних шляхів їх вирішення.

Завдання курсу: формування системного підходу до дизайнерського мислення; посилення навиків творчого мислення у вирішенні проблемних питань; зміцнення навиків колективної роботи у сфері пошуку інноваційних шляхів вирішення існуючих проблем; засвоєння методів генерування інноваційних підходів до рішення існуючої проблеми.

У методичних рекомендація наведені питання, що підлягають опрацюванню, завдання для самоперевірки знань за кожною темою, що допоможе зрозуміти необхідність та практичні напрямами використання методів дизайнерського мислення.

**СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Номер тижня** | **Вид занять** | **Тема заняття або завдання на самостійну роботу** | **Кількість** |
| **годин** | **балів** |
| **лк** | **лаб.** | **пр.** | **СРС** |
| **Змістовий модуль 1. *«Методи діагностики проблеми»*** |
| 1-2 | Лекція 1 | Концепція дизайн-мислення: принципи, процес. Емпатія: розуміння людських потреб та нестатків | 2 | - | - | - | - |
| Практичне заняття №1 | Концепція дизайн-мислення: принципи, процес. Емпатія: розуміння людських потреб та нестатків | - | - | 4 | - | 5 |
| Самостійна робота  | Робота на навчально-інформаційному порталі | - | - | - | 15 | 4 |
| 3-4 | Лекція 2 | Визначення проблеми: переформування та визначення проблеми людино-орієнтованими способами | 2 | - | - | - | - |
| Практичне заняття №2 | Визначення проблеми: переформування та визначення проблеми людино-орієнтованими способами | - | - | 4 | - | 5 |
| Самостійна робота  | Робота на навчально-інформаційному порталі. Створення презентацій | - | - | - | 15 | 3 |
| 5-6 | Лекція 3 | **Генерація ідей: техніки та інструменти створення концепції рішень**  | 2 | - | - | - | - |
| Практичне заняття №3 | **Генерація ідей: техніки та інструменти створення концепції рішень**  | - | - | 4 | - | 5 |
| Самостійна робота  | Робота на навчально-інформаційному порталі. Створення презентацій | - | - | - | 14 | 3 |
| ***Всього за змістовий модуль 1 – 62 год.*** | **6** |  | **12** | **44** | **25** |
| ***Підсумковий модульний контроль 1*** |  |  |  |  | **10** |
| **Змістовий модуль 2. *«Моделювання концепції вирішення проблеми»*** |
| 9-10 | Лекція 4 | **Прототипування: застосування практичного підходу до моделювання ідей** | 2 | - | - | - | - |
| Практичне заняття №4 | **Прототипування: застосування практичного підходу до моделювання ідей** | - | - | 6 | - | 7 |
| Самостійна робота  | Робота на навчально-інформаційному порталі. Створення презентацій | - | - | - | 20 | 5 |
| 11-13 | Лекція 5 | Тестування: розробка прототипу варіанту рішення проблеми та оцінка отриманих результатів | 4 | - | - | - | - |
| Практичне заняття №5 | Тестування: розробка прототипу варіанту рішення проблеми та оцінка отриманих результатів | - | - | 10 | - | 8 |
| Самостійна робота  | Робота на навчально-інформаційному порталі. Створення презентацій | - | - | - | 22 | 5 |
| ***Всього за змістовий модуль 2 – 58 год.*** | **6** |  | **10** | **42** | **25** |
| ***Підсумковий модульний контроль 2*** |  |  |  |  | **10** |
| ***Екзамен*** |  |  |  |  | **30** |
| ***Всього з навчальної дисципліни – 120 год.*** | **12** |  | **22** | **86** | **100** |

1. **Концепція дизайн-мислення: принципи, процес. Емпатія: розуміння людських потреб та нестатків**

### 1.1. Опрацювання теоретичного матеріалу:

1. Сутність та призначення дизайн-мислення
2. Мета та завдання дизайн-мислення.
3. Ключові ознаки дизайн-мислення.
4. Сутність дивергентної фази дизайн-мислення.
5. Сутність конвергентної фази дизайн-мислення.
6. Взаємозв’язок таких елементів, як натхнення, ідея, реалізація.
7. Етапи процесу дизайн-мислення.
8. Сутність емпатії у процесі дизайн-мислення.
9. Мета створення мапи емпатії.
10. Сутність «інсайтів».

***1.2. Самостійне опрацювання додаткового матеріалу (підготовка презентацій)***

1. Історія успішних практик застосування дизайнерського мислення у бізнесі.
2. Порівняльний аналіз стандартних підходів до вирішення проблем бізнесу, пов’язаних зі створенням нових продуктів та послуг, та дизайнерського підходу.
3. Характерні ознаки конвергентного та дивергентного підходів до вирішення практичних завдань.
4. Самоаналіз особистісних особливостей застосування конвергентного та дивергентного мислення при вирішенні прикладних проблем та завдань.
5. Специфічні ознаки емпатії.
6. Можливості використання інформаційних технологій для створення мапи емпатії.
7. Роль інсайтів у визначенні траєкторії інноваційної активності колективу.

### 1.3. Тестовий контроль: робота на навчально-інформаційному порталі [Тема 1]

1. **Концепція дизайн-мислення: принципи, процес. Емпатія: розуміння людських потреб та нестатків**

### 2.1. Опрацювання теоретичного матеріалу:

1. Сутність та завдання етапу емпатії.
2. Методи аналізу поведінки споживача на етапі емпатії у дизайн-мисленні.
3. Зміст та завдання етнографії як якісного методу дослідження споживача.
4. Завдання створення мапи емпатії та інструменти, які для цього використовують.
5. Поняття профілю споживача та його призначення.

***2.2. Самостійне опрацювання додаткового матеріалу (підготовка презентацій)***

***Завдання 1.***

За обраним варіантом продукту (або послуги) для опрацювання обґрунтувати альтернативні варіанти вузьких категорій споживачів. Обґрунтувати вибір інструменту для узагальнення даних та скрін узагальненої інформації завантажити на інформаційний портал.

***Завдання 2.***

Із застосуванням інформаційних ресурсів та онлайн-сервісів розробити мапу емпатії для відтворення результатів опрацювання етапу емпатії у процесі пошуку інноваційних ідей вирішення ключових проблем цільової групи споживачів.

***Завдання 3.***

Розробити профіль споживача досліджуваного продукту (або послуги), який було досліджено на попередньому етапі. Завантажити результати графічної інтерпретації на навчально-інформаційний портал.

### 2.3. Тестовий контроль: робота на навчально-інформаційному порталі [Тема 2]

1. **Генерація ідей: техніки та інструменти створення концепції рішень.**

### 3.1. Опрацювання теоретичного матеріалу:

1. Мета та завдання процесу фокусування.

2. Сутність поняття «композитний споживач».

3. Характеристика змісту процедури формулювання проблеми.

4. Процедура відбору, сортування та структуризації базових ідей.

5. Мета генерації ідей.

6. Методи генерації ідей.

7. Чинники, що впливають на вибір того чи іншого методу генерації ідей.

***3.2. Самостійне опрацювання додаткового матеріалу (підготовка презентацій)***

***Завдання 1.***

Обґрунтувати вибір методу генерації ідеї для досліджуваного продукту (або послуги) та визначити інструмент візуалізації отриманих результатів.

***Завдання 2.***

Розробити інструкцію для визначення правил групової взаємодії у процесі фасілітації з метою генерації ідей та завантажити її на навчальний портал.

***Завдання 3.***

Обґрунтувати конкретну визначену проблему цільового споживача, що підлягатиме подальшому опрацюванню на наступних етапах.

### 3.3. Тестовий контроль: робота на навчально-інформаційному порталі [Тема 3]

1. **Прототипування: застосування практичного підходу до моделювання ідей**

### 4.1. Опрацювання теоретичного матеріалу:

1. Мета та завдання процесу прототипування.

2. Зміст поняття «прототип», види прототипів.

3. Інструменти, що використовують для створення прототипу нового продукту чи послуги.

4. Призначення сторітелінгу як інструменту прототипування.

5. Призначення бодістормінгу як інструменту прототипування.

6. Мета використання сторібордів у процесі прототипування.

7. Ключові принципи, яких необхідно дотримуватись у процесі створення прототипів нових продуктів та послуг.

***4.2. Самостійне опрацювання додаткового матеріалу (підготовка презентацій)***

***Завдання 1.***

Обрати один з інструментів для створення прототипу з наведеного переліку:

* сторітелінг – метод презентації ідеї у вигляді розповіді, характеризується більш високим рівнем клієнтоорієнтованості;
* макети з картону та паперу – метод створення багатьої рішень швидко та без значних витрат;
* сторіборд – метод творення покадрового опису напрямів використання продуктів та послуг;
* конструктор Lego;
* стоп-моушн – створення відеороліку, який сформує уявлення про атмосферу та умови використання продукту, якого ще не створено;
* бодістормінг – зображення сервісів з використанням людей.

Обґрунтувати вибір інструменту, завантажити результати обґрунтування на навчально-інформаційний портал.

***Завдання 2.***

Розробити декілька альтернативних варіантів прототипів інноваційного продукту або послуги досліджуваної сфери із застосуванням інформаційних ресурсів. Завантажити отриманий результат на навчально-інформаційний портал.

### 4.3. Тестовий контроль: робота на навчально-інформаційному порталі [Тема 4]

1. **Тестування: розробка прототипу варіанту рішення проблеми та оцінка отриманих результатів**

### 5.1. Опрацювання теоретичного матеріалу:

1. Мета процесу тестування прототипу нового продукту або послуги.

2. Види тестування прототипу у дизайн-мисленні.

3. Технологія та процедура тестування прототипу.

4. Мета здійснення тестування прототипу нового продукту чи послуги.

5. Критерії визнання результатів тестування позитивними або негативними.

***5.2. Самостійне опрацювання додаткового матеріалу (підготовка презентацій)***

***Завдання 1.***

Обґрунтувати вибір методів тестування створених прототипів потенційними споживачами. Завантажити результати обґрунтування на навчально-інформаційний портал.

***Завдання 2.***

Обґрунтувати вибір методу оцінки розроблених ідей. Здійснити оцінку результатів та завантажити отримані дані на навчально-інформаційний портал.

### 5.3. Тестовий контроль: робота на навчально-інформаційному порталі [Тема 5]