

Nazwa przedmiotu	Design thinking czyli jak zrozumieć potrzeby konsumentów.						Kod ECTS	14.3.E.FZ.3739				
							Pkt.ECTS	2				
							Limit osób	30				
Jednostka prowadząca przedmiot	INNA	Nazwa kierunku	Ekonomia/MSG		Nazwa specjalności		BRAK;					
Nazwisko prowadzącego	dr Aleksandra Aziewicz, dr Dominik Aziewicz											
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	0	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	30	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		3 SS1,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:		5,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):						Status przedmiotu:		Fakultatywny				
Sumaryczna liczba godzin:						0	Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć	Zajęcia w sali dydaktycznej.											
Metody dydaktyczne	Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych, Aktywność w grupach, współpraca,											
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne	brak											
Wymagania wstępne	brak											
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia	Egzamin											
Kryteria oceny	Zaliczenie przedmiotu w formie projektu zrealizowanego w oparciu o metodę Design Thinking. Ocenie podlega praca zespołów na każdym z pięciu etapów Design thinking. System oceniania zgodny z Regulaminem studiów.											
Cele przedmiotu												
Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z metodą Design thinking, która pozwala kreować produkty i usługi uwzględniając potrzeby klientów. W toku zajęć studenci zostaną również zapoznani z podstawowymi zagadnieniami związanymi z zachowaniami konsumentów.												
Efekty uczenia się												
Wiedza	MSG1_W09	Student posiada wiedzę o człowieku (konsumentcie) jako jednostce podejmującej decyzje zakupowe.										
	E1_W05	Student posiada wiedzę odnośnie motywacji podejmowania decyzji zakupowych przez człowieka (konsumenta).										
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	
	MSG1_W09								X			
E1_W05								X				
Umiejętności	E1_U13	Student potrafi współdziałać i pracować w grupie.										
	MSG1_U14	Student potrafi współdziałać i pracować w grupie.										
Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności												

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
E1_U13											X
MSG1_U14											X
Kompetencje	MSG1_K04	Student jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy oraz podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia									
	E1_K04	Student jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy oraz podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia									

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
MSG1_K04											X
E1_K04											X

Treści programowe

- Zachowaniakonsumentów - omówieniezagadnieńzwiązanych z zachowaniami konsumentów w procesienabywaniadóbrna grunciemarketinguorazekonomiibehawioralnej.
- Proces nabywaniadóbr - analiza procesunabywaniaproduktóworazusługprzezkonsumentów.
- Różnicapomiędzyproduktem, a usługą - omówienieróżnicwystępującychpomiędzyproduktami, a usługami w kontekścieróżnic procesunabywaniadóbroraz zachowań konsumentów.
- Design Thinking - przedstawieniemetody design thinking.
- Empatia - pierwszyetap Design Thinking w ramach, któregorealizowany jest wywiad z personą.
- Definiowanieproblemu - drugietap Design Thinking poleganaWykorzystaniuinformacji z pierwszegoetapu w celuidentyfikacji potrzebyperysony.
- Generowaniepomysłów - trzecietap Design Thinking, ma naceludostarczenierozwiązańwcześniejzidentyfikowanapotrzebęperysony.
- Prototypowanie - czwartyetap Design Thinking, poleganaStworzeniuiprototypuwcześniejwybranegorozwiązania.
- Testowanie - piątyetap Design Thinking sprowadzasię do testowaniaprototypówprzezperysonę.
- Informacjazwrotna - czym jest i w jakisposóbją stosować.

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej
Literatura obowiązkowa

- B. Michalska-Domińiak, P. Grocholiński, *Poradnik design thinking*, Onepress 2020.
- M. Bartosik Purgat, *Zachowania konsumentów*, Wydawnictwo Naukowe PWN 2017.

Literatura uzupełniająca

- K. Stasiuk, D. Maison, *Psychologia konsumenta*, Wydawnictwo Naukowe PWN 2014.
- C. Todd Lombardo, Bruce McCarthy, Evan Ryan, Michael Connors, *Mapy drogowe produktu - nowe podejście. Wyznaczanie kierunkówrozwoju w czasachniepewności*, Onepress 2020.

Kontakt
aleksandra.aziewicz@ug.edu.pl, dominik.aziewicz@ug.edu.pl,