

DESIGN THINKING

O CO CHODZI?

Dr Sylwia Wrona

Facylitator procesów zespołowych
(APMG International™ Facilitation; 04248120-01-3RDC)

Certyfikowany trener biznesu

Moderator Design Thinking

Dyrektor Centrum
Projektowania Innowacyjnych
Rozwiązań – DT HUB UEW



Konsultant, Badacz, Projektant

Wykładowca, Tutor akademicki

Opiekun KN Design Thinking UEW
oraz specjalności „Innowacje rynkowe
– projektowanie i wdrażanie”

dr Sylwia Wrona

<https://linkedin.com/in/sylwiawrona>

Adiunkt w Katedrze Strategii i Metod Zarządzania
Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu (UEW)

AGENDA

- ▶ Design Thinking definicja i geneza.
- ▶ Zastosowanie Design Thinking.
- ▶ Etapy Design Thinkin.
- ▶ Jak wdrożyć Design Thinking? Pułapki i wyzwania.
- ▶ Gdzie szukać informacji?

Design Thinking

▶ CZYM JEST?

DESIGN THINKING, O CO CHODZI?

DESIGN THINKING

to **usystematyzowane podejście** do tworzenia **innovacyjnych**, niestandardowych **rozwiązań**, które odpowiadają na **rzeczywiste potrzeby** użytkowników;

to **zorientowany na człowieka iteracyjny proces twórczy**, opierający się na obserwacji i głębokim zrozumieniu potrzeb użytkownika, współpracy, szybkiej nauce, wizualizacji pomysłów, częstym prototypowaniu i zbieraniu feedbacku;

to podejście, które **zawiera i równoważy analityczne i kreatywne procesy myślowe interdyscyplinarnego zespołu**, prowadząc do rozwiązań pożądaných przez użytkowników, technologicznie wykonalnych oraz ekonomicznie uzasadnionych.

DESIGN THINKING – ZAŁOŻENIA

- **Koncentracja na użytkowniku**
 - zrozumienie jego uświadomionych i nieuświadomionych potrzeb.
- **Interdyscyplinarny zespół**
 - spojrzenie na problem z wielu perspektyw (współtworzenie).
- **Eksperymentowanie i częste testowanie hipotez (iteracyjne)**
 - budowanie prototypów i zbieranie feedbacku od użytkowników.

DESIGN THINKING – ZASADY PRACY

- Działanie, a nie gdybanie
- Głębokie zanurzenie
- Współpraca
- Szacunek i demokracja
- Otwarte umysły
- Zgoda na niepowodzenie (przyzwolenie na popełnianie błędów)

Design Thinking

▶ SKĄD SIĘ WZIĘŁO?

DESIGN THINKING, O CO CHODZI?

DESIGN THINKING – GENEZA

Design Thinking to metodyka zaczerpnięta z **branży kreatywnej**. Jej popularyzację przypisuje się firmie projektowej IDEO, której szefowie pisali o DT jako o: „przekazaniu narzędzi designerów w ręce osób, które nigdy nie uważały się za związane w jakikolwiek sposób z designem, oraz na zastosowaniu tych narzędzi do zdecydowanie szerszego spektrum problemów”.

[T. Brown, *Zmiana przez design. Jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność*, Libron 2013]

- Lata 60. XX w. Uniwersytet Stanford – prof. John Arnold („Joint Program”)
- Lata 80. i 90. XX w. Uniwersytet Stanford – prof. David M. Kelley (sztuka-nauka-biznes)
- 1991 r. Palo Alto – prof. David M. Kelley, Mike Nuttal, Bill Moggridge (**IDEO**)
- 2004 r. Uniwersytet Stanford – prof. David M. Kelley (**d.school** – HP Institute of Design)
- 2009 r. Tim Brown „Change by Design” („Zmiana przez design”)

Design Thinking

▶ DLA KOGO?

DESIGN THINKING, O CO CHODZI?

DESIGN THINKING – ODBIORCY / UŻYTKOWNICY

Metodyka stosowana **bez względu na wielkość firmy czy branżę**, jednak z przewagą sektora for-profit. [badania Hasso-Plattner Institute, Uniwersytet w Poczdamie]

Wdrażana w największych, najbardziej innowacyjnych firmach takich, jak:



„**Design Thinking** przeznaczone jest dla każdego – dla kreatywnych pracowników, freelancerów i liderów, którzy starają się wprowadzić myślenie projektowe na każdym poziomie organizacji, aby stworzyć nowe alternatywy dla biznesu i społeczeństwa”.

[T. Brown, *Zmiana przez design. Jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność*, Libron 2013].

Design Thinking

▶ DO CZEGO SŁUŻY?

DESIGN THINKING, O CO CHODZI?

DESIGN THINKING – ZASTOSOWANIA

Design Thinking to oparte na współpracy, skoncentrowane na człowieku, iteracyjne podejście do poszukiwania i rozwiązywania problemów

– **[1]** ustalenia rzeczywistego problemu i **[2]** znalezienia jego właściwego rozwiązania.

Celem metodyki jest **kreowanie i wdrażanie nowatorskich rozwiązań**

m.in. w postaci produktów, usług, marek, form komunikacji, technologii, procesów, przestrzeni, strategii rozwoju i modeli biznesowych, programów edukacyjnych czy też zmian kultury organizacyjnej.

Design Thinking **wspiera rozwój innowacji** i daje gwarancję niestandardowych rozwiązań.

DESIGN THINKING – ZASTOSOWANIA

Design Thinking, poprzez swój uniwersalny charakter, ma **szerokie zastosowanie** – szczególnie użyteczne jest tam, gdzie mamy do czynienia z problemami, które nie mają jednego oczywistego rozwiązania czy sztywnych ram (tzw. „wicked problems”).

Wicked problems (ang.) zostały zdefiniowane w latach 60. XX wieku przez Horsta Rittela jako rodzaj problemów społecznych, które niezwykle trudno jest precyzyjnie określić, gdzie informacje wprowadzają w błąd, uczestnikami są aktorzy i mocodawcy reprezentujący sprzeczne wartości, a konsekwencje dla całego systemu nie są jednoznaczne.

[R. Buchanan, *Wicked Problems in Design Thinking*. Design Issues, 1992, 8, 5-21]

DESIGN THINKING – ZASTOSOWANIA

Profesor Richard Buchanan sugeruje **cztery zasadnicze obszary**, w których definiowanie i rozwiązywanie problemów mogłoby się odbyć przy wykorzystaniu Design Thinking:

- komunikacja wizualna i symbole (**projektowanie graficzne**),
- przedmioty i produkty (**wzornictwo przemysłowe**),
- aktywności i usługi (**projektowanie usług**),
- złożone systemy lub środowiska związane z pracą, przestrzenią do życia, zabawą i nauki (**projektowanie interakcji**).

[R. Buchanan, *Wicked Problems in Design Thinking*. Design Issues, 1992, 8, 5-21]

Design Thinking

▶ JAK DZIAŁA?

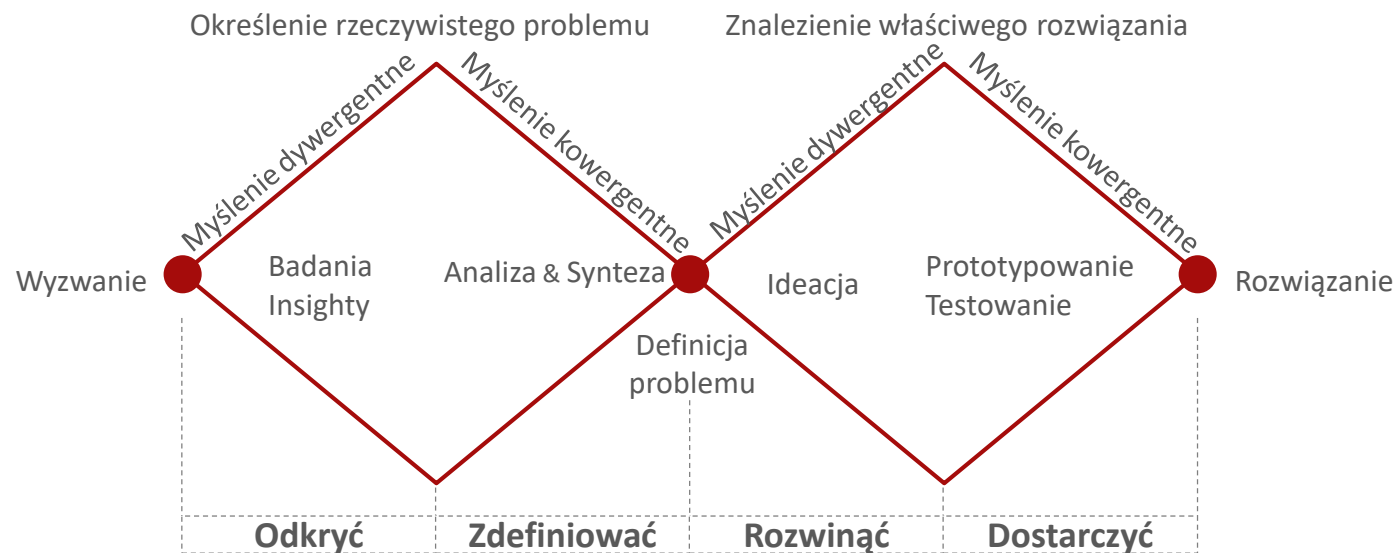
DESIGN THINKING, O CO CHODZI?

DESIGN THINKING – DZIAŁANIE

- Budowa **interdyscyplinarnego zespołu**, w skład którego wchodzi specjaliści, mogący spojrzeć na problem z różnych perspektyw: inżynierowie, technolodzy, specjaliści ds. marketingu, projektowania, socjolodzy, etc. (także użytkownicy).
- Sformułowanie **wyzwania** / ustalenie **tematu** (obszaru poszukiwań).
- Realizacja **kolejnych etapów metodyki** przy zastosowaniu odpowiedniego zestawu zasad, technik i narzędzi, aby w rezultacie (iteracyjnego* procesu) wypracować możliwe do wdrożenia **rozwiązanie / rozwiązania**.

*Iteracyjny – powtarzalny, wielokrotny (w pętli aż do spełnienia warunku).

DESIGN THINKING – DOUBLE DIAMOND DESIGN PROCESS MODEL



[Opracowanie na podstawie <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/design-process-what-double-diamond>]

Dwa typy myślenia:

- [1] myślenie dywergentne**, którego celem jest znalezienie wielu potencjalnych opcji (swobodne, skojarzeniowe rozszerzenie pola projektowego);
- [2] myślenie konwergentne**, którego celem jest eliminacja i dokonanie wyboru (logiczne, racjonalne zawężanie pola projektowego).

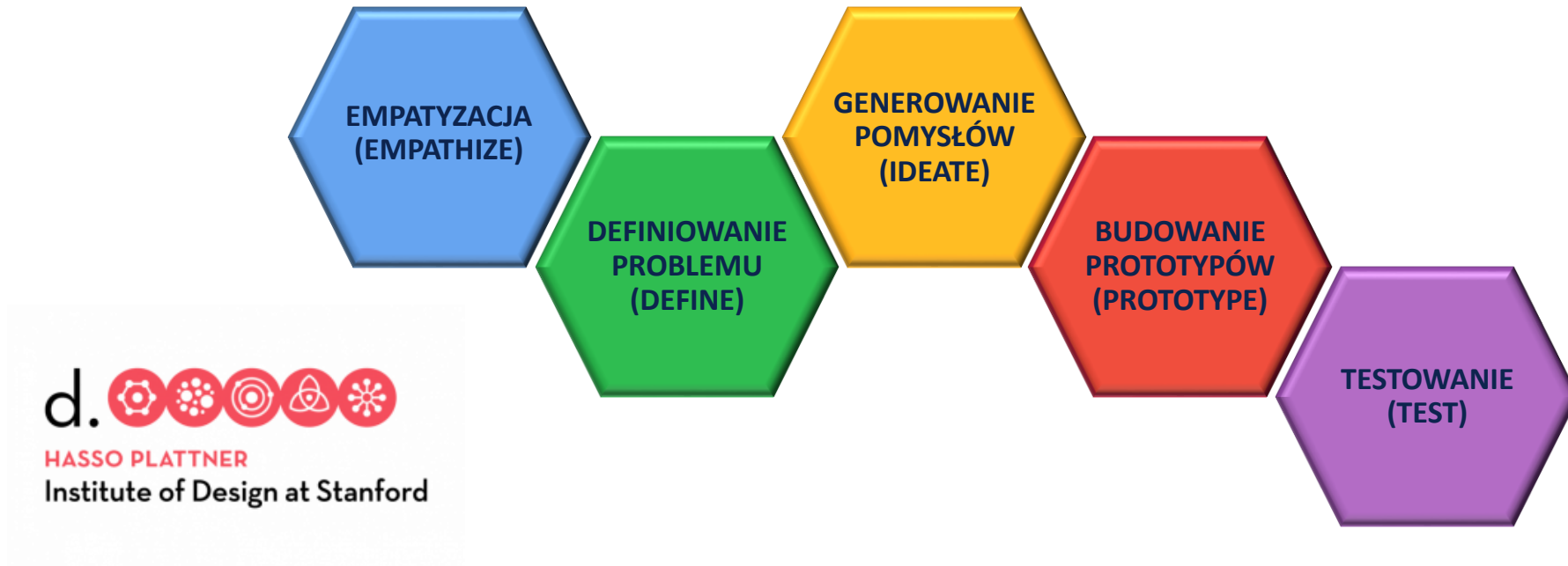
Design Thinking

▶ Z JAKICH ETAPÓW SIĘ SKŁADA?

DESIGN THINKING, O CO CHODZI?

Design Thinking – z jakich etapów się składa?

DESIGN THINKING – ETAPY



Design Thinking

▶ CO NA DANYM ETAPIE?

DESIGN THINKING, O CO CHODZI?

DESIGN THINKING – EMPATYZACJA



**Poznajemy
wyzwanie
przez dokładną
obserwację
użytkowników**

Wykorzystanie empatii i wczucie się w potrzeby użytkowników

– głębokie poznanie i właściwe zrozumienie końcowego użytkownika (jego uczuć, myśli, obaw, ukrytych motywacji, doświadczeń), tak aby móc spojrzeć na problem z perspektywy osoby, dla której projektowane będzie rozwiązanie (oczami użytkownika).

● **Dla kogo?**

Kim jest użytkownik, jaki jest i co jest dla niego ważne?

DESIGN THINKING – DEFINIOWANIE PROBLEMU



Na podstawie zebranych informacji definiujemy właściwy problem

Interpretacja wyników i definiowanie właściwego problemu

– połączenie informacji zebranych podczas Empatii w celu zdefiniowania co jest właściwym problemem (co jest istotą problemu z punktu widzenia potrzeb użytkownika); UWAGA sztuka definiowania problemu polega także na odpowiednim sformułowaniu ograniczeń, które trzeba pokonać.

● Po co?

Czego użytkownik potrzebuje? Jakie są jego potrzeby w danym kontekście?

DESIGN THINKING – IDEACJA



Podczas burzy mózgów tworzymy wiele różnych rozwiązań

Ideacja, kreowanie nowych, nieszablonowych rozwiązań

– generowanie jak największej ilości możliwych rozwiązań dla zdefiniowanego problemu, przy powstrzymywaniu krytyki; etap powinien zakończyć się oceną i demokratycznym wyborem najlepszych pomysłów, na bazie których powstaną prototypy.

● Co?

Co może rozwiązać problem użytkownika?

DESIGN THINKING – PROTOTYPOWANIE



**Wybieramy
najciekawsze
pomysły
i budujemy
szybkie prototypy**

Prototypowanie, wizualizacja/unaocznienie pomysłów

– budowa prototypów (z kartonu, drewna, styropianu, czegokolwiek) oddających ideę proponowanych rozwiązań; chodzi o wizualne zaprezentowanie pomysłu użytkownikom (wykreowanie doświadczenia i sprowokowania reakcji).

● Jak?

Jak najszybciej zaprezentować daną koncepcję?

DESIGN THINKING – TESTOWANIE



**Działające,
proste
prototypy
testujemy
z użytkownikami**

Testowanie, ocena i poprawianie / usprawnianie rozwiązań

– testowanie prototypów w środowisku użytkownika (w takich warunkach, w jakich będzie on korzystał z rozwiązania); zbieranie opinii na temat proponowanych rozwiązań, a następnie ich doskonalenie na bazie zebranych uwag i sugestii odbiorców.

● **Czy?**

Co działa, a co nie działa i jak to ulepszyć?

Design Thinking

▶ CO W TYM SZCZEGÓLNEGO?

DESIGN THINKING, O CO CHODZI?

Design Thinking – co w tym szczególnego?

PODEJŚCIE RACJONALNO-ANALITYCZNE A DESIGN THINKING

Dobrze zdefiniowane cele i ograniczenia	PROBLEM DECYZYJNY	Cele i ograniczenia odkrywane w toku procesu
Obiektywny zestaw kryteriów opracowany przed generowaniem rozwiązań	KRYTERIA	Obiektywne i subiektywne kryteria; ostatecznym sędzią jest użytkownik
Planowanie i analiza – proces sekwencyjny; myśl poprzedza działanie	METODA	Iteracyjna eksploracja pola do projektowania; myśl i działanie przeplatają się ze sobą
Prymat obiektywnych sformułowań, werbalnych i ilościowych (deklaracje, ogólny pogląd, duże próby)	NACISK W PROCESIE GROMADZENIA I PRZETWARZANIA INFORMACJI	Prymat wizualnych i przestrzennych reprezentacji, generujących obiektywne spostrzeżenia i subiektywne odczucia
Bazuje na logicznym (racjonalnym, świadomym) procesie wnioskowania, ewoluującym w kierunku zbioru zasad	PROCES DOCHODZENIA DO ROZWIĄZAŃ	Bazuje na osądach, opartych na doświadczeniu spostrzeżeniach, intuicji; rozwiązania ewoluują w wyniku iteracji (udoskonalania)
Redukcja ryzyka błędu poprzez wcześniejszą drobiazgową analizę	UZASADNIENIE PODEJŚCIA	Wielokrotne testowanie i modyfikacja szybkich prototypów jako mechanizm uczenia się na wczesnych, niedrogich błędach
Rozwiązanie spełniające zdefiniowany wcześniej zestaw kryteriów	REZULTAT	Lepsze rozwiązanie – proces może ujawnić dodatkowe ograniczenia i inne potencjalne rozwiązania

[R. Glen, C. Suci, C. Baughn, *The Need for Design Thinking in Business Schools*, Academy of Management Learning & Education, 2014, Vol. 13, No. 4, 653–667]

Design Thinking – co w tym szczególnego?

DESIGN THINKING – HUMAN-CENTERED DESIGN

„Design Thinking to skoncentrowane na człowieku podejście do innowacji”; [Tim Brown]

● EMPATIA

umiejętność spojrzenia na świat z perspektywy ludzi, dla których projektujemy i głębokiego wsłuchania się w ich potrzeby (wejście w buty użytkownika)

● OPTYMIZM

przekonanie, że każdy problem można rozwiązać; projektowanie z natury jest optymistyczne (postęp zawsze jest możliwy - odpowiedź istnieje i możemy ją odnaleźć)

● ITERACYJNOŚĆ

zaakceptowanie, że proces jest iteracyjny (ciągłe powracanie do poprzednich etapów i stopniowe ulepszanie rozwiązania); iteracja pozwala uczyć się w oparciu o informację zwrotną

● TWÓRCZA ODWAGA

przekonanie, że każdy z nas jest twórczy, a kreatywność nie jest cechą wrodzoną, związaną ze zdolnościami artystycznymi, ale sposobem na zrozumienie świata

● MYŚLENIE PRZEZ TWORZENIE

urzeczywistnianie rozwiązań; szybkie przechodzenie od idei do namacalnych prototypów i ich testowania, zamiast pracy za biurkiem i niekończących się dyskusji

● UWZGLĘDNIANIE NIEJEDNOZNACZNOŚCI

akceptacja dla niejednoznaczności; nie znamy punktu dojścia i to jest OK; gdyby właściwe rozwiązanie było oczywiste od początku, proces projektowy byłby zbędny

● UCZENIE SIĘ NA BŁĘDACH

szybkie odkrycie tego, co nie działa, jest równie ważne, jak odkrycie tego, co działa, bo dzięki temu oszczędzimy czas i pieniądze (przyzwolenie na eksperymentowanie)

[The Field Guide to Human-Centered Design, IDEO.org 2015;]

Design Thinking – co w tym szczególnego?

DESIGN THINKING



[<https://dschool.stanford.edu/>]

Proces, który zaczyna się od ludzi (użytkowników), a kończy innowacyjnymi rozwiązaniami dopasowanymi do ich potrzeb. Polega na głębokiej empatii i zrozumieniu osób, dla których projektujemy, generowaniu pomysłów, tworzeniu prostych prototypów oraz ich testowaniu w praktyce z realnymi użytkownikami.

Design Thinking

▶ CO DAJE?

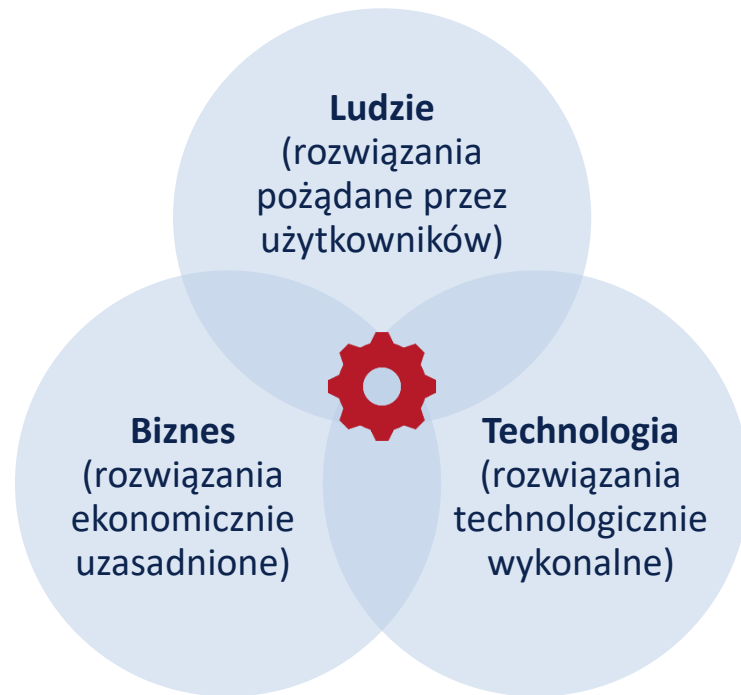
DESIGN THINKING, O CO CHODZI?

DESIGN THINKING – KORZYŚCI



- stawiając człowieka w centrum uwagi, pozwala tworzyć rozwiązania odpowiadające na jego rzeczywiste potrzeby (rozwiązania przyjazne użytkownikowi),
- sprzyja innowacyjności – uruchamia naturalną kreatywność, zwiększając szansę na stworzenie nowatorskich, oryginalnych rozwiązań,
- nadaje strukturę procesowi twórczemu – łączy chaos z porządkiem, intuicję z logiką, serce z rozumem,

DESIGN THINKING – KORZYŚCI



- umożliwia głębszy wgląd, lepsze zrozumienie wyzwania i uzyskanie efekt synergii, przy wykorzystaniu potencjału pracy zespołowej (wzajemna inspiracja),
- integruje różnorodne doświadczenia i pozwala czerpać z wielu perspektyw (interdyscyplinarny zespół),
- zwiększając motywację i zaangażowanie członków zespołu projektowego, wymusza bardziej produktywną pracę (szybciej przynosi efekty),

DESIGN THINKING – KORZYŚCI



- pozwala na ciągłą weryfikację wyobrażeń z rzeczywistością i uczenie się na wczesnych, niedrogich błędach (oszczędza zasoby),
- zmniejsza ryzyko porażki, testując pomysły zanim zostaną oficjalnie wprowadzone na rynek,
- poszukuje rozwiązań dla rzeczywistych problemów (dwie fazy: [1] określenie rzeczywistego problemu, [2] znalezienie właściwego rozwiązania,

DESIGN THINKING – KORZYŚCI



- zaprojektowane – pożądane przez użytkowników, technologicznie wykonalne i ekonomicznie uzasadnione – rozwiązania są efektem pracy całego zespołu. Będąc autorami, jego członkowie mocniej identyfikują się z wypracowaną koncepcją, łatwiej im zrozumieć i wdrożyć wspólnie wygenerowane rozwiązania (większa motywacja do wprowadzania zmian, większe zaangażowanie, naturalny transfer wiedzy i doświadczeń w organizacji).

Design Thinking

▶ JAK WYGLĄDA W PRAKTYCE?

DESIGN THINKING, O CO CHODZI?

Design Thinking – jak wygląda w praktyce?

DESIGN THINKING – MRI GE HEALTHCARE

(Doug Dietz)

Zaawansowany technologicznie MRI



„Dzieci lubią się bawić, kochają przygody”



Źródło: [strona OpenIdeo](#)

Design Thinking – jak wygląda w praktyce?

DESIGN THINKING – THE EMBRACE INFANT WARMER

(Linus Liang, Jane Chen, Rahul Panicker, Razmig Hovaghimian)

Tani inkubator



„Niemowlęta potrzebują ciepła”



Źródło: [<https://extreme.stanford.edu/projects/embrace/>; <https://www.embraceinnovations.com/>]

Design Thinking

▶ JAK TO WDROŻYĆ W MŚP (I NIE TYLKO) I NA CO UWAŻAĆ?

DESIGN THINKING, O CO CHODZI?

Design Thinking – jak to wdrożyć w MŚP (i nie tylko) i na co uważać?

DESIGN THINKING – PODEJŚCIA

- [1] Design Thinking jako **zbiór technik i narzędzi**.
- [2] Design Thinking jako **proces** (zestaw kroków).
- [3] Design Thinking jako **sposób myślenia**.

Dla wdrożenia DT w organizacji, w tym w MŚP, nie wystarczy zorganizowanie warsztatu i przejście przez proces z zestawem wybranych technik i narzędzi oraz mnóstwem kolorowych post-itów.

Ważne jest **nastawienie i przyjęcie określonego sposobu myślenia** w ramach organizacji.

Czasami potrzebna jest zmiana przekonań – oduczenie pewnych działań i nauczenie nowego.

DT zakłada **otwartość, elastyczność** umysłową i zdolność generowania **wizji**.

Design Thinking – jak to wdrożyć w MŚP (i nie tylko) i na co uważać?

DESIGN THINKING – KROK PO KROKU

- **Uzyskanie poparcia kierownictwa** dla idei wdrożenia DT w organizacji;
- **Pozyskanie ambasadorów** idei wdrożenia DT w organizacji (stworzenie zespołu);
- **Zgłębienie metodyki** DT (zrozumienie o co w tym chodzi i jak to wykorzystać);
- **Praktykowanie, zaczynając od mniejszych projektów** (uwaga dla powodzenia implementacji, na początku procesu wdrożeniowego, ważne są „szybkie zwycięstwa”);
- **Transparentność** i szerokie **informowanie** członków organizacji;
- **Ciągłe doskonalenie** praktyki i **rozwój** podejścia HUMAN-CENTERED DESIGN...

Design Thinking – jak to wdrożyć w MŚP (i nie tylko) i na co uważać?

DESIGN THINKING – OBSZARY

- Odkrywanie i rozwiązywanie rzeczywistych problemów organizacji, usprawnianie wewnętrznych i zewnętrznych procesów, tworzenie innowacyjnych rozwiązań w ramach organizacji i dla jej klientów...

[1] Product Design,

[2] Service Design,

[3] Experience Design,

[4] Interaction Design,

[5] Brand Design,

[6] Communication Design,

[7] Business Model Design...

Design Thinking – jak to wdrożyć w MŚP (i nie tylko) i na co uważać?

DESIGN THINKING – PROCES PROJEKTOWY [PRZED, W TRAKCIE, PO]



INICJACJA

- Ustalenie składu zespołu i wybór facylitatora;
- Budowa zespołu i organizacja jego pracy;
- Sformułowanie wyzwania (brief projektowy);
- Zrozumienie (uwspólnienie) celu.

IMPLEMENTACJA

- Szczegółowy plan wdrożenia (RACI);
- Zabezpieczenie zasobów/ wsparcia;
- Prace zespołu wdrożeniowego (lider);
- Ewaluacja efektów i celebrowanie osiągnięć.

Design Thinking – jak to wdrożyć w MŚP (i nie tylko) i na co uważać?

DESIGN THINKING – WYZWANIA

- Organizacja pracy zespołowej (terminy i czas trwania);
- Dostęp do określonych kompetencji (zespół, facylitator);
- Zabezpieczenie odpowiedniej przestrzeni do pracy twórczej (miejsce, materiały);
- Mechanizmy zachodzące podczas pracy w zespole:
dominacja jednostki, tłumienie indywidualności, rozporoszona odpowiedzialność, próżniactwo społeczne, syndrom grupowego myślenia, polaryzacja grupowa, dłuższy czas podejmowania decyzji;

Design Thinking – jak to wdrożyć w MŚP (i nie tylko) i na co uważać?

DESIGN THINKING – WYZWANIA

- Akceptacja niejednoznaczności i procesowości iteracyjnej;
- Przyzwolenie na eksperymentowanie i popełnianie błędów;
- Zastana kultura organizacyjna oraz lider i jego wartości
– zmiana myślenia i działania rodzi opór
(strach przed utratą tożsamości, pozycji, chwilową niekompetencją).

Design Thinking – jak to wdrożyć w MŚP (i nie tylko) i na co uważać?

DESIGN THINKING – KROPKA NAD „I”

Design Thinking pozwala nie tylko stworzyć innowacyjne rozwiązania, ale także zawczasu odrzucić mało użyteczne pomysły, których zbyt pochopne wdrożenie kosztowałoby organizację mnóstwo pieniędzy.

Szczególne wartości metody tkwi w jej **elastyczności**.

Niezależnie od tego siłą DT są przede wszystkim **ludzie i ich kreatywne myślenie**, wolne od wewnętrznych i zewnętrznych osądów...

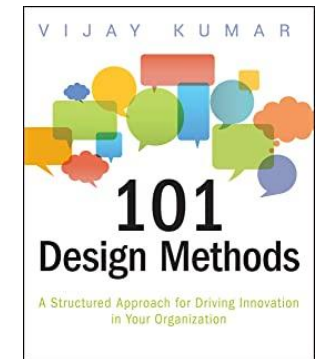
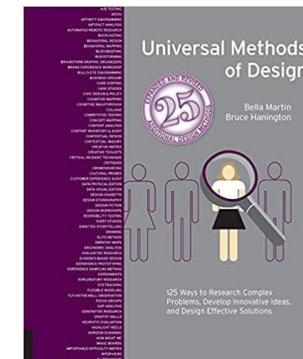
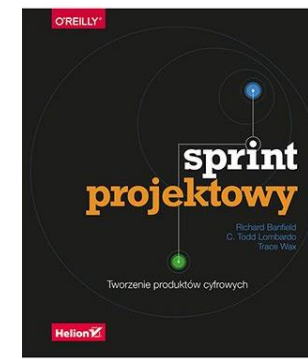
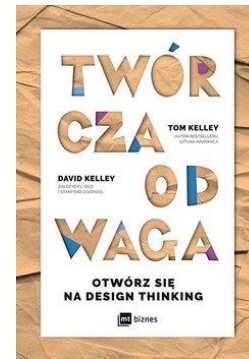
Design Thinking

▶ GDZIE ZGŁĘBIAĆ?

DESIGN THINKING, O CO CHODZI?

Design Thinking – gdzie zgłębiać?

DESIGN THINKING – PUBLIKACJE



DESIGN THINKING – ŹRÓDŁA / INSPIRACJE

<https://dschool.stanford.edu/>

<https://www.ideo.com/>

<https://www.ideou.com/>

<https://www.openideo.com/>

<https://designthinking.ideo.com/>

<https://www.designkit.org/resources/1>

<https://designthinkingforeducators.com/>

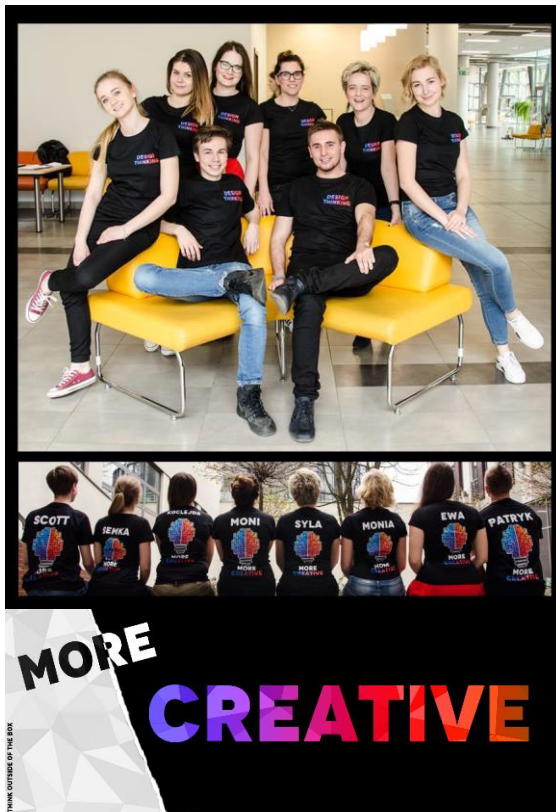
<https://designsprintkit.withgoogle.com/>

<https://www.ibm.com/design/thinking>

<https://hpi.de/en/school-of-design-thinking/design-thinking.html>

Design Thinking – gdzie zgłębiać?

DESIGN THINKING – KOŁO NAUKOWE UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO WE WROCŁAWIU I KONFERENCJA



Inauguracja działalności KOŁA NAUKOWEGO DESIGN THINKING



[Profil na Facebooku.](#)



DESIGN THINKING – SPECJALNOŚĆ UEW (II STOPIEŃ)

Innowacje rynkowe
– projektowanie i wdrażane

specjalność wyróżniona na forum
międzynarodowym w konkursie

POLISHOPA HONEYCOMBS AWARD 2016

w kategorii EDUKACJA

jako innowacyjny projekt

oparty na metodyce Design Thinking

(najlepsze inicjatywy

powstałe w Polsce)



Uniwersytet
Ekonomiczny
we Wrocławiu



DESIGN THINKING – CENTRUM DT HUB UEW

Centrum Projektowania Innowacyjnych Rozwiązań – DT HUB



Poszczególne typy aktywności pozwalają poznać **dobre praktyki** stosowania narzędzi myślenia projektowego oraz właściwie przygotować się do prowadzenia **efektywnych spotkań**, w różnych kontekstach, w oparciu o omawianą metodykę. Dla zapewnienia jak najwyższej jakości, zostały zaprojektowane zgodnie z przyjętymi na rynku standardami spotkań **facylitowanych**.

Dziękujemy za uwagę!

DESIGN THINKING, O CO CHODZI?
dr Sylwia Wrona

dr Sylwia Wrona

sylwia.wrona@ue.wroc.pl

<https://linkedin.com/in/sylwiawrona>



Uniwersytet
Ekonomiczny
we Wrocławiu

