



Zachodniopomorska Szkoła Biznesu w Szczecinie  
ul. Żołnierska 53, 71-210 Szczecin

Szczecin, dnia 30.07.2019 r.

## OGŁOSZENIE

**Rozeznanie rynku dot. wykonania dzieła:  
opracowania kompletu materiałów e-learningowych dla osób dorosłych w wieku 30+  
do kursu „Design Thinking” w ramach programu Akademia Lidera 2.0  
– KOD CPV 80420000-4 Usługi e-learning**

W związku z realizacją projektu i koniecznością opracowania materiałów e-learningowych dla szkoleń dla osób dorosłych w wieku 30+ w programie „Akademia Lidera 2.0”, realizowanych w ramach projektu, prowadzone jest rozeznanie cenowe.

Rozeznanie rynku odbywa się w ramach realizacji projektu "Pigułki kompetencji Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu", współfinansowanego w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego. Nr umowy: POWR.03.01.00-00-T236/18.

W ramach realizacji powyższego projektu planowane jest opracowanie m.in. pełnych materiałów e-learningowych szkoleń dla programu kształcenia „Akademia Lidera 2.0” oraz jego późniejsza realizacja. Program ten służyć ma rozwojowi kompetencji, jest skierowany do osób dorosłych w wieku 30+, chcących samodzielnie rozwijać kompetencje kluczowe, aby przeciwdziałać stagnacji edukacyjnej i społecznemu wykluczeniu. „Akademia Lidera 2.0” to program dydaktyczny składający się z 4 modułów: "Marketing i nowe media" - program kształtujący kompetencje ICT, kreatywność i znajomość nowoczesnych narzędzi komunikacyjno-informatycznych; "Design Thinking" - program kształtujący kompetencje związane z kreatywnością w biznesem, empatią, rozwiązywaniem problemów oraz włączaniem grup docelowych w planowane rozwiązania; „Szczipłe i zwinne zarządzanie" - program kształtujący kompetencje związane z kreatywnością w biznesem, rozwiązywaniem problemów oraz wykorzystywanie nowoczesnych metod zarządzania przedsiębiorstwem; "Przywództwo" - program kształtujący kompetencje związane z komunikacją interpersonalną, zarządzaniem zespołem, kształtowaniem ścieżki rozwoju.

Treść rozeznania wraz z załącznikami dostępna jest na stronie [www.zpsb.pl](http://www.zpsb.pl).

### I. Opis przedmiotu rozeznania rynku:

#### 1. Opracowanie kompletu materiałów e-learningowych dla kursu „Design Thinking”

Opracowanie materiałów obejmuje autorskie opracowanie kompletu materiałów do nauki samodzielnej przez Internet dla kursu „Design Thinking”, na podstawie opracowanego programu szczegółowego tego kursu. Materiały te mają odpowiadać zakresowi programu, z podziałem na poszczególne moduły, realizować określone w programie szczegółowo efekty kształcenia oraz zawierać możliwość ich weryfikowania dla każdego modułu (np. testy sprawdzające pod koniec każdego modułu oraz test weryfikujący na koniec). Autorskość materiałów obejmuje też realizację pomysłu na innowacyjną, samodzielną naukę dla grupy docelowej, łączącą naukę z elementami rozrywki, warsztatami online czy ćwiczeniami, pozwalające zainteresować i





zaangażować uczestników – osoby dorosłe w wieku 30+ – oraz w atrakcyjny sposób przekazać im skomplikowane aspekty modułów. Materiały powinny być zrealizowane z wykorzystaniem najnowszej metodyki opracowywania materiałów e-learningowych oraz nauczania osób dorosłych, powinny zawierać elementy aktywizujące, ćwiczenia itp.

Przy opracowaniu materiałów należy wziąć pod uwagę, że powinny one zapewniać realizację efektów kształcenia, opracowanych w programie kształcenia dla Programu. Wymagane są tu w równym stopniu umiejętności i doświadczenie w przedmiotowym zakresie modułu, doświadczenie i wiedza dotyczące metod uczenia oraz sposobów angażowania i utrzymania uwagi, a także kreatywność i innowacyjność podejścia do edukacji.

2. Szczegółowy program szkolenia „Design Thinking” i opis programu „Akademia Lidera 2.0” znajduje się w załączniku nr 2.
3. Wykonawca musi dysponować wiedzą merytoryczną w zakresie obszaru szkolenia, umiejętnościami w przygotowywaniu materiałów e-learningowych, a także posiadać minimum 3-letnie doświadczenie zawodowe w obszarze dotyczącym szkolenia w ramach danego kursu – wg zał. nr 2.
4. Podana cena powinna obejmować wykonanie zamówienia w terminie i wg wytycznych otrzymanych od Zamawiającego, czyli w Zachodniopomorskiej Szkole Biznesu w Szczecinie. Podana cena obejmuje pełny koszt brutto wykonania całości zamówienia dla wskazanego kursu – wg zał. nr 2.

## II. Termin i sposób przedstawienia oferty cenowej

Prosimy uprzejmie o przesłanie lub złożenie pisemnej oferty w Zachodniopomorskiej Szkole Biznesu w Szczecinie - Biuro Projektu, ul. Żołnierska 53, pok. 210 (lub pozostawienia na Portierni na parterze), 71-210 Szczecin; lub na adres email: [pigulkikompetencji@zpsb.pl](mailto:pigulkikompetencji@zpsb.pl), do dnia: **09.08.2019 r. do godziny 15:00** (liczy się data dotarcia oferty do Biura lub wysłania poczty email).

Dopuszcza się składanie ofert drogą elektroniczną (skan oferty) – adres: [pigulkikompetencji@zpsb.pl](mailto:pigulkikompetencji@zpsb.pl).

## III. Sposób porozumiewania się Zamawiającego z oferentami

1. Osobą upoważnioną ze strony Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu do kontaktów z dostawcami jest: p. Agata Mikołajczak, tel. 91/ 8149461, email: [pigulkikompetencji@zpsb.pl](mailto:pigulkikompetencji@zpsb.pl). Kontakt w dni robocze w godzinach 09:00-17:00.
2. Wszelkie pytania i wątpliwości związane z niniejszym postępowaniem należy zgłaszać w formie pisemnej – email: [pigulkikompetencji@zpsb.pl](mailto:pigulkikompetencji@zpsb.pl).

## IV. Oferta

1. Oferta powinna zawierać:
  - 1) wypełniony formularz ofertowy z oświadczeniem (zał. nr 1);
  - 2) Powyższe dokumenty i oświadczenia muszą być w formie oryginałów lub kserokopii poświadczonych za zgodność z oryginałem przez osobę/osoby upoważnione do reprezentacji. Dopuszcza się składanie dokumentów drogą elektroniczną (skan dokumentów).





#### V. Kryteria oceny

Informujemy, że kryterium oceny ofert w 100% będzie cena. Prosimy o wskazanie kosztu brutto wykonania całości zamówienia dla wskazanego modułu – wg tabeli w zał. nr 1. Cena powinna być ceną brutto i obejmować wszelkie koszty oferenta, w tym koszt dokonania niezbędnych poprawek, w przypadku uwag opiekuna merytorycznego przed przyjęciem dzieła, koszty przekazania pełni praw autorskich majątkowych do wykonanych w ramach zamówienia dzieł, a także wszelkie obciążenia podatkowe itp. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert wariantowych. Okres związania ofertą: 30 dni. Jednocześnie informujemy, że przekazana wycena będzie miała charakter wyłącznie informacyjny, służący oszacowaniu wartości zamówienia i nie stanowi podstawy do dalszych czynności handlowych.

#### Załączniki:

1. Formularz ofertowy wraz z oświadczeniem o sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.
2. Szczegółowy program kursu „Design Thinking” i opis programu „Akademia Lidera 2.0”.





Załącznik nr 1

miejsowość ....., dnia .....

**FORMULARZ OFERTY ROZEZNANIA CENOWEGO**

**Dane Oferenta**

Nazwa i Adres [ew. pieczęć firmowa]:

**Osoba do kontaktu**

Imię i nazwisko: .....

Adres: .....

Telefon: .....

E-mail .....

W odpowiedzi na ogłoszenie o rozeznaniu rynku z dnia 30.07.2019 r. mające za przedmiot wykonanie dzieła: **Opracowania kompletu materiałów e-learningowych dla osób dorosłych w wieku 30+ do kursu „Design Thinking” w ramach programu Akademia Lidera 2.0**, w ramach Projektu "Pigułki kompetencji Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu", nr umowy: POWR.03.01.00-00-T236/18, przedstawiam ofertę cenową dotyczącą realizacji przedmiotu zamówienia w następującym zakresie:

Kurs programu AL 2.0	Cena brutto* (w PLN) za przygotowanie kompletu <b>materiałów e-learningowych</b>
„Design Thinking”	

*\* podana cena jest ceną brutto i obejmuje wszelkie koszty oferenta, w tym koszt dokonania niezbędnych poprawek, w przypadku uwag opiekuna merytorycznego przed przyjęciem dzieła, koszty przekazania pełni praw autorskich majątkowych do wykonanych w ramach zamówienia dzieł, a także wszelkie obciążenia podatkowe.*

1. Oświadczam, że dysponuję odpowiednim potencjałem rzeczowym i osobowym zapewniającym należyte wykonanie zamówienia, zgodnie z wymogami ust. 3 Opisu przedmiotu zamówienia.
2. Oświadczam, że znajduję się w sytuacji ekonomicznej i finansowej zapewniającej wykonanie zamówienia.
3. Oświadczam, że zapoznałem/am się z treścią Ogłoszenia oraz uzyskałem/am konieczne informacje niezbędne do przygotowania oferty. Składając ofertę akceptuję postanowienia i wymagania postawione Ogłoszeniem rozeznania rynku.
4. Oświadczam, że jestem osobą upoważnioną do składania oferty w imieniu oferenta.





5. Oświadczam, iż wszystkie informacje zamieszczone w ofercie są aktualne i prawdziwe.
6. Oświadczam, iż w cenie oferty uwzględniono wszystkie wymagania niniejszego Zapytania ofertowego oraz wszelkie koszty związane z realizacją zamówienia.
7. Oświadczam, iż posiadam uprawnienia do wykonywania działalności i czynności objętych przedmiotem zamówienia, jeżeli ustawy nakładają obowiązek posiadania takich uprawnień.
8. Oświadczam, że składając niniejszą ofertę, jestem świadom i wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych przez Zamawiającego w zakresie i celu niezbędnym do realizacji niniejszego postępowania i ew. realizacji usługi, na czas związania z ofertą lub czas realizacji usługi oraz ew. reklamacji.

.....

Data i podpis osoby uprawnionej ze strony Oferenta (imię i nazwisko)





Załącznik nr 2

**Opis ramowy programu „Akademia Lidera 2.0” i program kursu „Design Thinking”**

## „Akademia Lidera 2.0”

Celem głównym projektu jest rozwój oferty uczelni w zakresie trzeciej misji skierowanej do osób dorosłych (aktywnych zawodowo w wieku 30+), poprzez opracowanie programu kształcenia i jego realizację służącego rozwijaniu kompetencji.

Grupa docelowa: osoby dorosłe w wieku 30+, chcące samodzielnie rozwijać kompetencje kluczowe aby przeciwdziałać stagnacji edukacyjnej i społecznemu wykluczeniu. Szczególnym wsparciem zostaną objęte osoby w wieku 45+ jako te, które w największym stopniu podatne są na marginalizację zawodową. Osoby w tym wieku często uważają, że zakończyły już proces uczenia się i wsparcie ma na celu rozbudzić aktywność edukacyjną, ale także zwrócić uwagę, iż uczelnia jest nie tylko miejscem kształcenia formalnego (na I, II czy III stopniu) ale także miejscem gdzie można się uczyć przez całe życie. Ze względu na rodzaj proponowanego wsparcia w większości będą to osoby z min. wykształceniem średnim.

Osoby dorosłe chcemy przekonać, że na naukę i rozwijanie kompetencji nigdy nie jest za późno. Chcemy także pokazać, iż uczelnia wyższa może być integratorem działań związanych z uczeniem się przez całe życie, a nie jest tylko miejscem realizacji studiów I i II stopnia.

Potrzeby, oczekiwania, bariery osób dorosłych – które należy uwzględnić w przygotowanych materiałach:

1. Podniesienie pożądanych umiejętności poszukiwanych na rynku pracy (m.in. ICT, pracy w zespole, kreatywności, krytycznego i logicznego myślenia, rozwiązywania problemów, znajomości nowych metod zarządzania)
2. Stereotypowe myślenie o LLL realizowanym przez uczelnie wyższe - uczelnie są często postrzegane przez pryzmat zamkniętych form kształcenia o tradycyjnym sposobie realizacji, gdzie reakcja na potrzeby rynku pracy i słuchaczy ogranicza się jedynie do projektowania nowych kierunków studiów czy studiów podyplomowych; niepostrzeganie jej jako integratora uczenia się, także skierowanego do osób nie posiadających wykształcenia wyższego.
3. Brak przekonania o przydatności wiedzy uczelnianej w realnym zawodowym świecie.
4. Brak specjalistycznej oferty dla osób spoza społeczności akademickiej w obszarze zarządzania, co znacząco ogranicza możliwości współpracy z regionalnymi kadrami gospodarki.

Program dydaktyczny Akademia Lidera 2.0 skierowany do osób dorosłych w wieku 30+ (ze szczególnym uwzględnieniem osób pow. 40 r.ż.) składający się z 4 modułów/kursów: "Marketing i nowe media" - program kształtujący kompetencje ICT, kreatywność i znajomość nowoczesnych narzędzi komunikacyjno-informatycznych; "Design Thinking" - program kształtujący kompetencje związane z kreatywnością w biznesem, empatią, rozwiązywaniem problemów oraz włączaniem grup docelowych w planowane rozwiązania; „Szczipłe i zwinne zarządzanie” - program kształtujący kompetencje związane z kreatywnością w biznesem, rozwiązywaniem problemów oraz wykorzystywanie nowoczesnych metod zarządzania przedsiębiorstwem; "Przywództwo" - program kształtujący kompetencje związane z komunikacją interpersonalną, zarządzaniem zespołem, kształtowaniem ścieżki rozwoju.



PROJEKT "Pigułki kompetencji Zachodniopomorskiej Szkoły Biznesu" (Nr umowy: POWR.03.01.00-00-T236/18)

## KARTA PROGRAMU

AKADEMIA LIDERA 2.0

rok opracowania: 2019

numer kursu / części	KURS M2.1										
nazwa kursu / części	Design Thinking					ECTS		lider kursu			
KURS	M2 DESIGN THINKING							jęz. wykładowy	polski	liczba godzin kontaktowych łącznie	30

## ISTOTA I CELE KURSU

Krótki opis i katalog celów

Istotą Kursu Design Thinking jest zrozumienie idei projektowania usług w oparciu o człowieka i jego potrzeby dla biznesu. Nabycie umiejętności zastosowania metody Design Thinking, w tym kolejnych etapów projektowania, t.j.: empatyzacji, definiowanie potrzeb, generowania pomysłów, prototypowania oraz testowania. Celem praktycznym jest uzyskanie kompetencji posługiwania się narzędziami realizującymi ideę projektowania usług w oparciu o realne potrzeby. Umożliwienie korzystania z metody Design Thinking w realizacji projektów firm, organizacji oraz własnych celów.

## STRUKTURA KURSU

numer modułu	KURS M2.1	moduł 1.2.1.	KURS M2.1	moduł 1.2.2.	KURS M2.1	moduł 1.2.3.	KURS M2.1	moduł 1.2.4.
nazwa modułu	Design Thinking, a Service Design		Etapy i narzędzia w Design Thinking I		Etapy i narzędzia w Design Thinking II		Zastosowanie Design Thinking	
prowadzący								
punkty ECTS								

## EFEKTY KSZTAŁCENIA

obszar efektów	opis efektu kształcenia <i>(od 3-5 efektów na obszar; treść nie dłuższa, niż szerokość wiersza)</i>	odniesienie do KIERUNKOWYCH efektów kształcenia  (→ ZOBACZ LEGENDE)	moduł realizujący dany efekt	sposoby weryfikacji efektów kształcenia													
				egzamin pisemny	zaliczenie pisemne	praca pisemna (esej, referat, itp.)	ćwiczenia, zadania	test wiedzy	projekt zespołowe	projekt indywidualne	prezentacja zadania indywidualnego / grupowego	udział w dyskusji	case study indywidualnie	case study zespołowe	inne aktywności	uwagi	
WIEDZA	Charakteryzuje podstawowe założenia, rozpoznaje terminologię metody Design Thinking.	Z1_W01	Design Thinking, a Service Design				X						X				
	Identyfikuje podstawowe etapy i metody wykorzystywane do praktykowania Design Thinking.	Z1_W01	Etapy i narzędzia w Design Thinking I				X	X							X		
	Zna zasady stosowania podejścia Design Thinking do projektowania usług. Rozpoznaje zalety i wyzwania dla Design Thinking.	Z1_W15	Etapy i narzędzia w Design Thinking II				X				X	X					
	Dostrzega jak sposób myślenia o innowacjach prowadzi do kreatywnego rozwiązywania problemów.	Z1_W18	Zastosowanie Design Thinking							X							
	Rozumie znaczenie otwartości na innowacje w multidyscyplinarnych zespołach.	Z1_W18	Zastosowanie Design Thinking										X		X		
UMIĘJĘTNOŚCI	Rozróżnia metodę od narzędzi i metodyk stosowanych w ramach podejścia Design Thinking.	Z1_U08	Design Thinking, a Service Design				X	X									
	Potrąfi zaplanować i zastosować proces projektowania usługi zgodnie z etapami w metodyce Design Thinking.	Z1_U03	Etapy i narzędzia w Design Thinking I				X			X	X						
	Ustala kryteria doboru narzędzi do potrzeb projektowych.	Z1_U12	Etapy i narzędzia w Design Thinking II									X		X			
	Pracuje zespołowo nad zaprojektowaniem usług opartych na potrzebach użytkowników.	Z1_U12 Z1_U13	Zastosowanie Design Thinking							X	X						
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	Dyskutuje i zachowuje otwartość na kreatywne podejście do projektowania usług.	Z1_K01	Design Thinking, a Service Design				X						X				
	Dąży do dostrzeżenia wartości każdego z etapów metodyki DT.	Z1_K02	Etapy i narzędzia w Design Thinking I				X				X						
	Chętnie podejmuje się testowania narzędzi i metodyki Design Thinking. Wykazuje się kreatywnością i zaangażowaniem w realizacji zadań.	Z1_K03	Etapy i narzędzia w Design Thinking II				X		X			X					
	Dokonuje oceny potencjalnych korzyści z zastosowania metody Design Thinking w wybranych obszarach.	Z1_K07	Zastosowanie Design Thinking										X	X			

NAKLAD PRACY STUDENTA								
nazwa modulu	Design Thinking, a Service Design		Etapy i narzędzia w Design Thinking I		Etapy i narzędzia w Design Thinking II		Zastosowanie Design Thinking	
struktura nakładu pracy	liczba godzin kontaktowych	6	liczba godzin kontaktowych	7	liczba godzin kontaktowych	8	liczba godzin kontaktowych	9
	w tym:		w tym:		w tym:		w tym:	
	wykład	2	wykład	2	wykład	2	wykład	1
	ćwiczenia	2	ćwiczenia	2	ćwiczenia	2	ćwiczenia	3
	warsztat praktyczny	2	warsztat praktyczny	3	warsztat praktyczny	4	warsztat praktyczny	5
	inne...		inne...		inne...		inne...	
	praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)		praca własna uczestnika (= 0)	
łącznie nakład pracy uczestnika	6	łącznie nakład pracy uczestnika	7	łącznie nakład pracy uczestnika	8	łącznie nakład pracy uczestnika	9	

nazwa modulu	Design Thinking, a Service Design		Etapy i narzędzia w Design Thinking I		Etapy i narzędzia w Design Thinking II		Zastosowanie Design Thinking	
informacje o zawartości merytorycznej, metodach, kryteriach zaliczenia, itp.	METODY DYDAKTYCZNE							
	Adekwatne metody		Adekwatne metody		Adekwatne metody		Adekwatne metody	
	wykład		wykład		wykład		wykład	
	film video		ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących		ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących		projekty zespołowe	
	prezentacja multimedialna		dyskusja grupowa		projekty indywidualne		warsztaty praktyczne	
	case study		warsztaty praktyczne		rozwiązywanie zadań		case study	
	ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących				warsztaty praktyczne		analizy zespołowe	
							dyskusja grupowa	
	WYMAGANIA WSTĘPNE I FORMALNE							
	Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu		Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu		Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu		Wiedza i umiejętności jakie powinien posiadać uczestnik przed rozpoczęciem kursu	
	Kreatywne myślenie, otwartość na nowe sposoby realizacji projektów.		Podstawowa wiedza z zakresu projektowania usług i produktów.		Podstawowa wiedza z zakresu projektowania usług i produktów.		Podstawowa wiedza z zakresu projektowania usług i produktów.	
	SPOSOBY WERYFIKACJI EFEKTÓW KSZTAŁCENIA							
	ocena końcowa		ocena końcowa		ocena końcowa		ocena końcowa	
	Adekwatne formy zaliczeń		Adekwatne formy zaliczeń		Adekwatne formy zaliczeń		Adekwatne formy zaliczeń	
	test wiedzy	40	test wiedzy	40	projekty indywidualne	30	projekty zespołowe	80
	ćwiczenia, zadania	40	ćwiczenia, zadania	40	projekty zespołowe	40	udział w dyskusji	20
	udział w dyskusji	20	udział w dyskusji	20	ćwiczenia, zadania	20		
					udział w dyskusji	10		
	CELE EDUKACYJNE MODUŁÓW							
Skatalogowane cele modułu		Skatalogowane cele modułu		Skatalogowane cele modułu		Skatalogowane cele modułu		
Wprowadzenie uczestnika do języka pojęć i rozróżnienia metody od metodologii. Uwrażliwienie na różnice w definiowaniu metody Design Thinking. Zapoznanie z historią, rozwojem i zastosowaniem nowego trendu w projektowaniu usług produktów opartych na realnych potrzebach. Wyciąganie wniosków z przykładów zastosowań metody w Polsce i na świecie.		Nabywanie wiedzy i umiejętności w zakresie stosowania kolejnych etapów projektowania: empatii, diagnozowania problemu, generowania pomysłów, prototypowania oraz testowania. Uczestnicy rozumieją, dlaczego określona w metodzie Design Thinking kolejność jest uzasadniona i posiadają umiejętność jej zastosowania na kolejnych etapach.		Zapoznanie uczestników z narzędziami stosowanymi na poszczególnych etapach procesu projektowania usługi/produktu, ze szczególnym uwzględnieniem dopasowania funkcji danego narzędzia do etapu.		Doświadczenie metody Design Thinking w praktyce. Przeprowadzanie procesu projektowania usługi lub produktu w zespołach. Zrozumienie idei z możliwością implementacji we własnym środowisku pracy i życia.		
TREŚCI PROGRAMOWE								
Zakres merytoryczny modułu		Zakres merytoryczny modułu		Zakres merytoryczny modułu		Zakres merytoryczny modułu		
Zapoznanie uczestników z pojęciami stosowanymi w Design Thinking. Proces ewoluowania metody, jej historia i implementacja. Wdrażanie idei projektowania opartego na realnych potrzebach. Zastosowanie w projektach w Polsce i na świecie. Wyzwania w stosowaniu Design Thinking. Odniesienie do psychologii twórczości w grupowym procesie kreacji.		Etapy projektowania wg Design Thinking. 1. Empatia. 2. Definiowanie problemu/potrzeb. 3. Generowanie pomysłów. 4. Prototypowanie. 5. Testowanie. Dopasowanie narzędzi do określonych etapów.		Praktyczne zapoznanie z narzędziami wykorzystywanymi na kolejnych etapach projektowania usług/produktów/projektów. Mapa empatii. Persona. Ścieżka doświadczeń klienta. Mapa idei. Ścieżka trendu. Mapa interesariuszy. Karta wywiadu. Karta konceptu/ Value Proposition Canvas. Model biznesowy/ Business Model Canvas. I inne.		Zrealizowanie projektu z udziałem Design Thinking w zespole. Prezentacja efektów.		
WYKAZ LITERATURY PODSTAWOWEJ I UZUPEŁNIAJĄCEJ								
Zalecane pozycje literatury		Zalecane pozycje literatury		Zalecane pozycje literatury		Zalecane pozycje literatury		
literatura podstawowa		literatura podstawowa		literatura podstawowa		literatura podstawowa		
Tim Brown; współpr. Barry Katz, <i>Zmiana przez design : jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność</i> . Wydawnictwo Libron, Wrocław: 2013.  Amir Jan Fazlagić <i>Service design</i> . Akademia Finansów i Biznesu Vistula, Warszawa: 2013.		Marcin Chłodnicki, <i>Service design po polsku : jak przyciągnąć, zadowolić i zatrzymać klientów</i> . Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa: 2018.		Alexander Osterwalder, Yves Pigneur, <i>Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera</i> . Wydawnictwo Helion, Gliwice: 2012.		David Kelly Tom Kelly, <i>Twórcza odwaga. Otwórz się na Design Thinking</i> . MT Biznes, Warszawa: 2019.		
literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca		literatura uzupełniająca		
Marc Stickdorn, Markus Edgar Hormess, Adam Lawrence, Jakob Schneider, <i>This Is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World</i> . Wydawnictwo O'Reilly Media, Sebastopol: 2018.		Marc Stickdorn, <i>This is Service Design Thinking: Basics – Tools – Cases</i> . Wydawnictwo BIS Publishers, Amsterdam: 2011.		Tim Clark, Alexander Osterwalder, Yves Pigneur. <i>Model biznesowy</i> . TY. Wydawnictwo Helion, Gliwice: 2013.		Beata Michalska-Dominiak, Piotr Grocholiński, <i>Poradnik design thinking, czyli jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie</i> . Onepress, Gliwice: W przygotowaniu (pozycja polskojęzyczna).		