

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Design thinking w biznesie, PG_00178810						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	niestacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	1	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	2	Liczba punktów ECTS			4.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Liwia Delińska					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	8.0	16.0	0.0	0.0	0.0	24
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	24		1.0		75.0	100
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest wykształcenie u studentów praktycznych kompetencji z zakresu stosowania metodyki design thinking do tworzenia innowacyjnych produktów, usług oraz rozwiązań biznesowych. Szczególny nacisk położony jest na rozumienie potrzeb użytkownika i kreatywne rozwiązywanie problemów. Studenci poznają pełny proces projektowy - od identyfikacji problemu, przez generowanie pomysłów i tworzenie prototypów, aż po testowanie i dopasowanie rozwiązania do modelu biznesowego. Przedmiot rozwija również kompetencje zespołowe, kreatywność, krytyczne myślenie oraz zdolność prezentowania i wdrażania rozwiązań w kontekście organizacyjnym i rynkowym.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZMU2_W02] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie istotę, złożoność oraz funkcjonowanie różnych rodzajów organizacji, ich artefakty, obszary funkcjonalne oraz zachodzące w nich procesy, a także powiązania z otoczeniem.	Student identyfikuje zasady stosowania metodyki design thinking jako narzędzia identyfikacji i rozwiązywania problemów w organizacjach o różnym profilu i strukturze, z uwzględnieniem relacji z otoczeniem i potrzeb interesariuszy.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[ZARZMU2_U04] Student potrafi poprawnie wybrać, właściwie wykorzystywać, przystosowywać lub opracowywać nowe metody i narzędzia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów - na potrzeby procesów decyzyjnych.	Student umie dobrać i zastosować odpowiednie metody i narzędzia design thinking (np. mapa empatii, 5W, customer journey map) w celu wspierania procesów analizy, generowania pomysłów i podejmowania decyzji projektowych w organizacji.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[ZARZMU2_U02] Student potrafi identyfikować złożone problemy związane z funkcjonowaniem organizacji, realizowanymi w niej procesami oraz jej relacjami z dynamicznym otoczeniem oraz proponować adekwatne (w tym innowacyjne) rozwiązania.	Student jest w stanie zidentyfikować problemy użytkowników i interesariuszy w kontekście funkcjonowania organizacji oraz zastosować narzędzia design thinking do opracowania innowacyjnych i praktycznych rozwiązań	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wprowadzenie do design thinking (założenia, etapy procesu) 2. Badanie i zrozumienie potrzeb użytkownika (wywiady, obserwacja, mapa empatii) 3. Analiza i definiowanie problemu (persona, technika 5W, problem statement) 4. Mapowanie doświadczeń użytkownika (Customer Journey Map) 5. Generowanie pomysłów (burza mózgów, techniki kreatywne) 6. Tworzenie moodboardów i koncepcji wizualnych 7. Prototypowanie rozwiązań (formy, narzędzia, praktyka) 8. Testowanie i iteracja (feedback, doskonalenie rozwiązań) 9. Projektowanie modeli biznesowych (Business Model Canvas) 10. Praca projektowa w zespołach (warsztaty, prezentacja rozwiązania) 		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa ocena końcowej
	test pisemny	51.0%	60.0%
	praca projektowa zakończona prezentacją	51.0%	40.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> 1. K. Wojciechowska, Customer Experience Management, OnePress, Gliwice 2023 2. B. Michalska-Dominiak, P. Grocholiński, Poradnik design thinking, czyli jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie, OnePress, Gliwice 2022 3. M. Chłodnicki i inni, Service design po polsku. Jak przyciągnąć, zadowolić i zatrzymać klientów, PWN, Warszawa 2020 4. A. Urbański, L. Dziewa, Tworzenie doświadczeń klientów, OnePress, Gliwice 2023 	
	Uzupełniająca lista lektur	1. J. Lamri, Kompetencje XXI wieku, Wolters Kluwer, Warszawa 2020 Materiały przygotowane przez wykładowców.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<ol style="list-style-type: none"> 1. Przygotuj mapę empatii i customer journey. 2. Wyjaśnij założenia design thinking. 		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.