

**Karta przedmiotu**

Nazwa i kod przedmiotu	Design thinking w biznesie, PG_00177898						
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	stacjonarne	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	15.0	30.0	0.0	0.0	0.0	45
	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	45		3.0		52.0	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_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
	[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_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	
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wprowadzenie do design thinking (założenia, etapy procesu)</li> <li>2. Badanie i zrozumienie potrzeb użytkownika (wywiady, obserwacja, mapa empatii)</li> <li>3. Analiza i definiowanie problemu (persona, technika 5W, problem statement)</li> <li>4. Mapowanie doświadczeń użytkownika (Customer Journey Map)</li> <li>5. Generowanie pomysłów (burza mózgów, techniki kreatywne)</li> <li>6. Tworzenie moodboardów i koncepcji wizualnych</li> <li>7. Prototypowanie rozwiązań (formy, narzędzia, praktyka)</li> <li>8. Testowanie i iteracja (feedback, doskonalenie rozwiązań)</li> <li>9. Projektowanie modeli biznesowych (Business Model Canvas)</li> <li>10. Praca projektowa w zespołach (warsztaty, prezentacja rozwiązania)</li> </ol>		
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"> <li>1. K. Wojciechowska, Customer Experience Management, OnePress, Gliwice 2023</li> <li>2. B. Michalska-Dominiak, P. Grocholiński, Poradnik design thinking, czyli jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie, OnePress, Gliwice 2022</li> <li>3. M. Chłodnicki i inni, Service design po polsku. Jak przyciągnąć, zadowolić i zatrzymać klientów, PWN, Warszawa 2020</li> <li>4. A. Urbański, L. Dziewa, Tworzenie doświadczeń klientów, OnePress, Gliwice 2023</li> </ol>	
	Uzupełniająca lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. J. Lamri, Kompetencje XXI wieku, Wolters Kluwer, Warszawa 2020</li> </ol> Materiały przygotowane przez wykładowców.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Przygotuj mapę empatii i customer journey.</li> <li>2. Wyjaśnij założenia design thinking.</li> </ol>		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.