

Program Total Design Management 2022

MODUŁ I

Wprowadzający studentów do Programu Total Design Management i obejmujący zagadnienia biznesowe oraz wzornicze a także zrozumienie filozofii *Design Thinking*.

Przedmioty	Czego się nauczysz?
Design Thinking	<ul style="list-style-type: none">- posługiwania się metodami i procedurami projektowania łączącymi aspekty ergonomiczne, funkcjonalne, technologiczne, estetyczne i rynkowe w oparciu o metodykę Design Thinking.- metodyki Design Thinking, trybów pracy, faz projektu, technik i narzędzi ułatwiających projektowanie produktów i usług.
Elementy ekonomii	<ul style="list-style-type: none">- kluczowych mechanizmów gospodarki, podstawowej analiz otoczenia społeczno-ekonomicznego firmy, podstawowych scenariuszy gospodarki polskiej i światowej.
Skuteczna komunikacja	<ul style="list-style-type: none">- podstaw siły przekazu w przestrzeni biznesowej. Rozwiąznia umiejętności promowania i obrony własnego stanowiska. Poznania sposobów radzenie sobie z krytyką.
Wprowadzenie do konkurowania przez wzornictwo	<ul style="list-style-type: none">- potencjału biznesowego we wzornictwie.- zastosowania wzornictwa w zależności od oczekiwanego efektu rynkowego bądź sytuacji przedsiębiorstwa.
Etyka i społeczna odpowiedzialność w biznesie	<ul style="list-style-type: none">- zasad zrównoważonego rozwoju w codziennej praktyce biznesowej, poznania instrumentarium wspierającego wdrażanie zasad etycznych w firmie oraz zapoznają się z przykładami najlepszych praktyk CSR. Pozwoli to na wykorzystywanie zasad zrównoważonego rozwoju / CSR jako źródła przewagi konkurencyjnej na poziomie produktu / usługi i/lub postrzegania marki korporacyjnej.

MODUŁ II

Wprowadzający do wybranych specjalizacyjnych zagadnień potrzebnych studentom do przeprowadzenia projektu finalnego. Blok ten jest podzielony na dwie ścieżki (istnieje możliwość skorzystania z obu):

- **Blok dla designerów (projektantów)** – obejmujący zagadnienia z zakresu zarządzania marketingowego, badania rynku, trendów i innowacji, oraz kreowania, zarządzania i komunikacji marki.
- **Blok dla menedżerów/biznesmenów/przedsiębiorców** – obejmujący zagadnienia z zakresu wzornictwa, projektowania i ergonomii.

Ścieżka dla menedżerów	Czego się nauczysz?	Ścieżka dla designerów	Czego się nauczysz?
Propedeutyka wzornictwa	<ul style="list-style-type: none"> - odróżnienia produkcji przemysłowej od rzemiosła i zrozumienie istoty designu. - podstawowych faktów i procesów formułujących zjawisko designu na przestrzeni 19 i 20 wieku w Polsce i Europie. - odróżniania szkół narodowych i ich specyficznych cech. 	Umiejętności zarządzania oraz Zarządzanie operacyjne i Lean Management	<ul style="list-style-type: none"> - zasad finansowych implikacji swojej działalności w ramach przedsiębiorstw, zarówno po stronie kosztowej jak i po stronie przychodów. - podstaw zarządzania operacyjnego. - filozofii Lean, jej historii i zastosowania w różnych dziedzinach biznesu. - posługiwania się Value Stream Mapping, jednego z najważniejszych narzędzi w dążeniu do Operational Excellence.
Zjawiska i trendy kształtujące projektowanie produktów i usług	<ul style="list-style-type: none"> - wskazania specyfiki polskiego designu i polskiej szkoły narodowej na tle zjawisk międzynarodowych. - procesów globalizacyjnych i ich skutków dla produkcji przemysłowej. 	Zarządzanie Projektem – wprowadzenie Zarządzanie Projektem (warsztaty)	<ul style="list-style-type: none"> - zasady funkcjonowania projektów w organizacji i ich znaczenia. - skutecznych metod zarządzania i odnoszenia sukcesu w projektach. - skutecznej komunikacji. - technik budowy harmonogramu, zarządzania ryzykiem i komunikacją w projekcie. - skutecznego zarządzania projektami.
Ergonomia i doświadczenie użytkownika w projektowaniu	<ul style="list-style-type: none"> - wykorzystania ergonomii w kształtowaniu środowiska życia i pracy człowieka. 	Marketing w designie	<ul style="list-style-type: none"> -umiejętności zrozumienia klienta i konsumenta, jego zachowań i potrzeb oraz najważniejszych czynników wpływających na zachowanie nabywców

	<p>- poznania zasady, że gwarancją uzyskania produktu o wysokiej jakości rynkowej jest konsekwentne stosowanie zasady antropocentryzmu.</p>		<p>indywidualnych.</p> <ul style="list-style-type: none"> - procesu podejmowania decyzji przez klienta oraz procesu przyjmowania i dyfuzji nowych produktów, czyli akceptowania innowacji. - znaczenia budowania związku z klientem/konsumentem – czyli umiejętność tworzenia marketingu relacji. - koncepcji marketingowej oraz roli i znaczenia marketingu z punktu widzenia organizacji i konsumenta a także zmian zachodzących w marketingu. - procesów marketingowych oraz kluczowych elementów strategii marketingowej zorientowanej na klienta i budowanie relacji z klientem. - analizy organizacji, jej silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń. - zrozumienia roli jaką informacja odgrywa w analizie rynku i klientów. - poznasz system informacji marketingowej i etapów procesu badań marketingowych. - umiejętności analizy i zastosowania informacji marketingowej oraz zrozumienia z jakimi barierami może się spotkać prowadzący badania marketingowe.
<p>Strategia Projektowania. Rola projektanta w procesie rozwoju nowego produktu</p>	<p>- istoty i znaczenia procesu tworzenia nowego produktu oraz analizy różnych możliwości jego przebiegu i umiejętności dostosowania go do specyfiki własnej firmy czy zadania</p>	<p>Decyzje finansowe</p>	<ul style="list-style-type: none"> - elementów mających wpływ na podejmowanie decyzji finansowych. - umiejętności oceny danych i wniosków przedstawionych w analizie finansowej. - zarządzania zagrożeniami w trakcie realizacji projektów inwestycyjnych.

	<p>projektowego.</p> <ul style="list-style-type: none"> - zasad wdrożeń przemysłowych z omówieniem ich specyfiki, przebiegu zadania i osiągniętych efektów. <p>Możliwoci skonfrontowania treści wykładu z własnymi doświadczeniami zawodowymi.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - pozyskiwania inwestorów do swoich planów inwestycyjnych
<p>Twórcze i innowacyjne konteksty w projektowaniu</p>	<ul style="list-style-type: none"> - metod heurystycznych oraz narzędzi wspierających proces twórczego rozwiązywania problemów projektowych. - źródeł innowacji projektowych. 		
<p>Odpowiedzialny design produktów i usług</p>	<ul style="list-style-type: none"> - zasad społecznej roli projektantów, radzenia sobie z wyzwaniami współczesności. <p>Dzięki czemu studenci będą potrafili wymienić najważniejsze obszary i opisać w jaki sposób design może wpływać na jakość życia ludzi.</p>		
<p>Zintegrowanie projektowania i najnowszych technologii</p>	<ul style="list-style-type: none"> - jak wzornictwo przemysłowe związane jest z rozwojem cywilizacji opartym na przemyśle - procesu tworzenia wzoru produktu przemysłowego. <p>Kolejne fazy jako części złożonej całości.</p> <ul style="list-style-type: none"> - dwóch 		

	<p>podstawowych sfer projektu. Część autorska – wewnętrzna. Część projektu skierowana na zewnątrz - przekazywana w interakcyjnych konfrontacjach.</p> <p>- połączeń ręcznych i automatycznych technik tworzenia wirtualnej koncepcji.</p> <p>- traktowania projektu jako zespołowej, interaktywnej współpracy z producentem.</p> <p>- systemowych sprzężeń zwrotnych w pracy nad wzorem. Próby i zmiany jako koniecznego elementu procesu.</p>		
<p>Prototypowanie i testowanie produktów i usług</p>	<p>- metod pracy NC.ART jako firmy wykonującej modele, makiety, prototypy i produkty</p> <p>- metod wykonywania fizycznych modeli, makiet, prototypów</p> <p>- doboru materiałów.</p> <p>Wyboru właściwych metod zależnie od typu przyszłego wyrobu</p> <p>- wyceny pracy</p>		

	nad makietami i modelami prototypowymi - tworzenia przykładowych wyposażenia modelarni wzorniczej – warianty i ocena koniecznych inwestycji.		
--	--	--	--

MODUŁ III

Integrujący wybrane zagadnienia potrzebne studentom do przeprowadzenia projektu finalnego. Blok ten jest pierwszym etapem integracji pomiędzy projektantami a ludźmi biznesu. Przedmioty zawarte w tym bloku zajęć obejmują zagadnienia kluczowe dla obydwu grup. Studenci pracują na prawdziwych studiach przypadku przeprowadzając analizę oraz wymieniając własne spostrzeżenia i dzieląc się swoimi uwagami z kolegami reprezentującymi różne podejścia, co daje początek dialogu i owocnej współpracy pomiędzy projektantem a przedsiębiorcą. Studenci poznają najważniejsze aspekty z zakresu zrozumienia potrzeb klienta i konsumenta, kreatywności i innowacyjności w projektowaniu nowych produktów, finansowania budżetu przez Programy Unijne, oraz wybranych aspektów prawnych. Ponadto uczą się jak skutecznie pracować w zespole, poznają techniki negocjacji oraz sztukę efektywnej prezentacji projektu. Innowacyjnym elementem Programu jest możliwość spotkania z gośćmi specjalnymi: projektantem oraz reprezentantem biznesu, którzy dzielą się swoim doświadczeniem i spojrzeniem na strategię biznesową opartą na designie.

Przedmioty	Czego się nauczysz?
TEST WIEDZY	
Przedsiębiorczość i Innowacyjne Modele Biznesu	<ul style="list-style-type: none"> - poznasz problematykę zarządzania innowacjami w organizacji - poznasz kluczowe czynniki warunkujące powodzenie inicjatyw innowacyjnych oraz metod skutecznego wdrażania innowacji w organizacjach. - zasad definiowania i opisanie modelu biznesu w jakim działa organizacja i stworzenia opcji rozwijania go
Metodyka współpracy przedsiębiorcy i projektanta w procesie rozwoju nowego produktu. Miejsce wzornictwa w PRNP	<ul style="list-style-type: none"> - poznasz (od strony praktycznej) szerokie spektrum zagadnień nieodzownych w budowaniu współpracy przedsiębiorcy i projektanta. - zapoznasz się z przykładowymi modelami współpracy i omówienie ich wad i zalet. - zrozumiesz istotność procesowego podejścia do zarządzania wzornictwem i potrzeby oceny efektywności.
Kreowanie i zarządzanie marką a design	<p>Zajęcia pozwolą zrozumieć:</p> <ul style="list-style-type: none"> - w jaki sposób marketerzy budują silne marki o spójnym wizerunku, charakteryzujące się pożądanymi cechami - metody pozwalające szybko ocenić i skorygować własną markę i jej komunikację - świat i postawy konsumentów

Budowanie strategii firmy w oparciu o design. Strategie zarządzania wzornictwem	<ul style="list-style-type: none"> - określania roli wzornictwa w rozwoju firmy, korzyści wynikających z jego wykorzystania oraz znajomości podstawowych strategii zarządzania wzornictwem.
Mechanizmy powstawania trendów	<p>Zdobędziesz wiedzę z zakresu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - procesu powstawania i rozwoju trendów - określania nowo pojawiających się tendencji, określania ich siły i potencjalnych ścieżek rozwoju - metod obserwacji tendencji - identyfikacji zmieniających się potrzeb i wartości konsumentów - umiejętności określenia czasu przyjęcia trendu w wybranej grupie konsumenckiej - implementacji trendów we właściwym dla klienta czasie i w odniesieniu do DNA marki
Kreatywność i innowacyjność w projektowaniu nowych produktów i usług	<ul style="list-style-type: none"> - rola projektanta w procesie powstawania nowych produktów, przestrzeni publicznych, usług - znaczenie kreatywności i innowacji w projektowaniu nowych produktów i usług - projektowanie jako działalność interdyscyplinarna
Wybrane aspekty prawne rozwoju nowych produktów	<ul style="list-style-type: none"> - znajomości podstawowych regulacji z zakresu prawa własności intelektualnej - umiejętności identyfikacji szans i zagrożeń na styku prawa oraz projektowania nowych produktów - zrozumienia znaczenia ochrony intelektualnej w ramach rozwoju nowego produktu
Umiejętność pracy w zespole i techniki negocjacji	<ul style="list-style-type: none"> - zwiększania efektywności zespołu. - rozpoznawania zagrożenia w pracy zespołu. - praktycznego zarządzania konfliktami w zespole.
Czynniki sukcesu wdrożenia rynkowego produktu i usługi	<ul style="list-style-type: none"> - poznasz główne elementy strategii wdrożeń rynkowych i jaka jest rola działu marketingu a jaka rola sprzedaży. - dowiesz się dlaczego część wdrożeń się nie udaje i jakie są czynniki sukcesu -zapoznasz się z modelem sprzedaży wielokanałowej (multichannel) - nauczysz się czym różni się launch nowej oferty w przypadku klientów B2B i B2C oraz jakie kluczowe elementy związane z komunikacją i promocją nowego produktu/usługi wziąć pod uwagę w zależności od typu odbiorcy. - zrozumiesz czym różni się perspektywa działu sprzedaży i marketingu przy wprowadzaniu nowych produktów do oferty - utrwalisz nabytą wiedzę na przykładach z biznesu
Techniki efektywnej prezentacji projektu	<ul style="list-style-type: none"> - jak przygotowywać efektywną prezentację - jak budować kontakt z audytorium - jak radzić sobie z trudnymi sytuacjami podczas prezentacji

MODUŁ IV

Obejmujący warsztaty projektowe podczas których studenci pracując w grupach złożonych z projektantów oraz ludzi biznesu będą w praktyce poznawać proces projektowania i rozwoju nowego produktu, zaspokajającego potrzeby klienta, oraz w ramach projektu końcowego projektować w grupach swój własny produkt innowacyjny. Blok ten jest złożony z czysto praktycznych zajęć i kończy się prezentacją projektu do oceny.

Przedmioty	Czego się nauczysz?
TEST WIEDZY	
Warsztaty projektowe	<ul style="list-style-type: none">- praktycznych umiejętności zarządzania działaniami procesu rozwoju produktu w poszczególnych jego fazach.- rozwiniętych umiejętności tworzenia multidyscyplinarnych zespołów i działania w tych zespołach.- wzajemnego rozumienia celów, kryteriów, metod i języków różnych uczestników procesu rozwoju nowego produktu.