Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Design thinking w kreowaniu produktu , PG_00205144		
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2027/2028
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	2	Język wykładowy	polski
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS	3.0
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Biznesu Międzynarodowego -> Zakład Strategii Marketingowych		
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Aleksandra Aziewicz	
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		

Formy zajęć

Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	0.0	20.0	0.0	35

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	35	0.0	40.0	75

Cel przedmiotu

Zapoznanie uczestników kursu z praktycznym wykorzystaniem metody Design Thinking w procesie kreowania produktu/usługi.

Efekty uczenia się przedmiotu

Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
[MSGMU2_K04] wykazuje gotowość do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki, ocenia ryzyko i zagrożenia oraz znajduje sposoby przeciwdziałania ich skutkom	Student wykorzystuje myślenie kreatywne w projektowaniu produktów usług oraz konsultuje jego/ich założenia i postępy z prowadzącym zajęcia podczas konsultacji oraz bloków projektowych.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
[MSGMU2_W10] dysponuje usystematyzowaną wiedzą z zakresu uwarunkowań prawnych, kulturowych i finansowych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, w szczególności o charakterze międzynarodowym	Student posiada wiedzę z zakresu wybranych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej w odniesieniu do produktów/usług.W razie wątpliwości omawia je z prowadzącym w trakcie konsultacji	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport

<table>
<tr><td>Treści przedmiotu</td><td colspan="3">Wprowadzenie teoretyczne do koncepcji Design Thinking uwzględniające praktyczne przykłady wykorzystania kreatywnej metody rozwiązywania problemów, omówienie poszczególnych etapów metody oraz korzyści jakie wynikają z jej stosowania. Realizacja projektów zgodnie z koncepcją Design Thinking uwzględniając wszystkie etapy: 1. Empatia W ramach etapu empatii, studenci przeprowadzają wywiad z personą w celu dogłębnego poznania jej potrzeb, motywacji czy zachowań konsumenckich. 2. Definiowanie problemu Studenci w oparciu o informacje uzyskane w efekcie przeprowadzonego wywiadu określają problem persony, który następnie przekształcają w wyzwanie. 3. Generowanie pomysłów Etap generowania pomysłów jest poszukiwaniem rozwiązania (produktu) na wcześniej zdefiniowany problem/wyzwanie. Studenci pracują z wykorzystaniem metody burzy mózgów. 4. Prototypowanie W ramach etapu prototypowania, studenci mają za zadanie stworzyć z dostarczonych przez prowadzącego materiałów prototyp wybranego w grupie rozwiązania(produktu) dla persony. Prototyp może przybrać m.in. formę 3D, schematu, odegrania scenki. 5. Testowanie Studenci prezentują personie lub prowadzącemu zajęcia prototypy. Otrzymują informacje zwrotną odnośnie do zaprojektowanego rozwiązania (produktu).</td></tr>
<tr><td>Wymagania wstępne i dodatkowe</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się</td><td colspan="3"><table><tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr><tr><td>realizacja projektu z wykorzystaniem DT</td><td>51.0%</td><td>100.0%</td></tr></table></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Zalecana lista lektur</td><td>Podstawowa lista lektur</td><td colspan="2">Poradnik design thinking - czyli jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie, B. Michalska-Dominiak, P. Grocholiński, Onepress, 2019.
1. J. Bednarz, E. Gostomski, Działalność małych i średnich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2009.</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td colspan="2">Badania marketingowe. Teoria i praktyka. Redakcja naukowa K. Mazurek-Łopacińska, PWN, 2011.</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania</td><td colspan="3">Omówienie procesu Desiign Thinking
Przeprowadzenie wywiadu
Tworzenie persony
Definiowanie problemu, potrzeby
Burza mózgów
Prototypowanie
Testowanie</td></tr>
<tr><td>Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu</td><td colspan="3">Nie dotyczy</td></tr>
</table>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.