

ВСТУП

Дизайн-мислення є важливою складовою сучасної освіти, адже сучасні ринкові умови вимагають від підприємців не лише технічної експертизи, а й здатності до творчого мислення; здатність ефективно співпрацювати та розуміти потреби клієнтів є критично важливою для успіху у сфері підприємництва та торгівлі; через швидкі зміни ринкових умов, підприємці повинні бути готові до адаптації та вдосконалення своїх ідей та продуктів, а дизайн-мислення допомагає розвивати навички гнучкості та швидкого вирішення проблем, що дозволяє підприємцям ефективно реагувати на зміни в бізнес-середовищі; навички дизайн-мислення сприяють розробці ефективних стратегій маркетингу та підвищенню конкурентоспроможності бізнесу.

Навчальна дисципліна «Дизайн мислення» є вибірковою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців першого (бакалаврського) освітнього рівня спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля», освітньої програми «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» для денної форми навчання.

Мета навчальної дисципліни: розвиток ключових навичок та компетенцій, необхідних для ефективного вирішення бізнес-проблем та створення інноваційних продуктів.

Завданнями навчальної дисципліни є:

стимулювання здатності генерувати нові та оригінальні ідеї, що є ключовим елементом в сучасному підприємницькому середовищі;

формування умінь ефективно співпрацювати, обмінюватися ідеями та розвивати взаєморозуміння в колективі для досягнення спільних цілей;

розвиток практичних навичок створення прототипів продуктів або послуг, а також їх тестування для отримання зворотного зв'язку та вдосконалення концепцій;

формування вмінь застосовувати принципи дизайну для знаходження ефективних та інноваційних рішень у сфері підприємництва та торгівлі;

формування умінь слухати та розуміти потреби клієнтів, що є важливим елементом успішної комерційної діяльності;

розвиток практичних навичок швидко реагувати на зміни у бізнес-середовищі та вдосконалювати свої ідеї та продукти відповідно до нових вимог ринку.

Об'єктом вивчення дисципліни є процес застосування принципів дизайну для створення новаторських рішень та продуктів, а також формування креативного підходу до вирішення бізнес-проблем.

Предметом навчальної дисципліни є методи та процедури інноваційного та ефективного розвитку бізнес-процесів у сфері підприємництва та торгівлі.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
РН6	СК 4
РН10	СК 5
РН14	СК 10

де СК 4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

СК 10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків.

РН6. Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей.

РН10. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально на основі етичних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства.

РН14. Вміти застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Методологія дизайн-мислення

Тема 1. Введення в дизайн-мислення: основні поняття та методологія.

1.1. Основні поняття дизайн-мислення.

Дизайн-мислення (Design Thinking): визначення та сутність дизайн-мислення як креативного та стратегічного підходу до вирішення проблем. Емпатія: важливість розуміння та врахування потреб та перспектив користувачів під час розробки рішень.

Концепція ітеративного процесу та постійного вдосконалення ідей та рішень.

1.2. Принципи дизайн-мислення

Орієнтація на користувача: зосередження на потребах та досвіді користувачів як основі для створення цінних продуктів. Експериментальність: заохочення експериментів та творчого підходу для досягнення інновацій. Кросфункціональна командна робота: Пояснення важливості співпраці між різними фахівцями для найкращих результатів.

1.3. Етапи застосування дизайн-мислення в бізнесі

Спостереження та розуміння: значення глибокого аналізу та спостереження для ідентифікації реальних проблем та можливостей. Визначення проблеми: формулювання конкретних проблем та завдань. Генерація ідей: техніки та методи для творчого процесу генерації ідей.

1.4. Методологія дизайн-мислення в бізнесі

Техніки формулювання диво-питань для розширення межі можливостей та пошуку ідей. Техніки та правила проведення ефективних брейнштормінг-сесій для збагачення творчого потенціалу команди. Методи створення прототипів для візуалізації та тестування ідей.

Тема 2. Креативне мислення в бізнесі

2.1. Креативність як конкурентна перевага.

Важливість креативності в бізнес-середовищі та її вплив на інновації та конкурентоспроможність.

2.2. Техніки генерації інноваційних ідей

Метод SCAMPER: техніка, що базується на зміні або модифікації існуючих елементів для створення нових ідей.

Метод "Шість капелюшків" Едварда де Боно: аналіз ситуації з різних точок зору для розширення мислення та генерації неочікуваних рішень.

Техніка "Мозковий штурм": правила та стратегії проведення ефективних сесій мозкового штурму.

2.3. Стратегії вирішення проблем.

Проблеми як можливості. Принцип оберненої думки.

Методи формування стимулів для підтримки креативного мислення в колективі. Використання мистецтва для розвитку креативності та вирішення бізнес-завдань.

Тема 3. Робота в команді та колективне рішення проблем.

3.1. Вплив командної роботи на креативний процес.

Динаміка команди. Роль лідера в команді.

3.2. Комунікація в команді.

Роль якісної та відкритої комунікації в командному середовищі для стимулювання та обміну ідеями. Проблеми комунікації.

3.3. Розробка ефективних комунікаційних стратегій.

Ефективні методи документування та обміну ідеями та інформацією в команді. Інструменти та технології, що полегшують віддалену комунікацію та спільну роботу.

Тема 4. Прототипування та тестування ідей.

4.1. Методи створення прототипів.

Поняття та роль прототипів у розробці продуктів та послуг. Вплив прототипування на ефективність та швидкість інноваційного процесу.

Методи швидкої розробки прототипів за допомогою паперу та інших легко доступних матеріалів.

Інструменти та програми для створення цифрових прототипів.

4.2. Тестування прототипів.

Методи та стратегії тестування прототипів. Розробка стратегій залучення кінцевих користувачів для збору об'єктивного відгуку. Інструменти для систематичного та конструктивного збору зворотного зв'язку. Методи аналізу та використання отриманих даних для вдосконалення прототипу.

4.3. Ітеративний підхід до прототипування

Корекція та вдосконалення. Поступове удосконалення.

Змістовний модуль 2. Дизайн-мислення: застосування за сферами управління

Тема 5. Дизайн-мислення в управлінні бізнесом: стратегії та планування.

5.1. Створення стратегій розвитку з використанням дизайн-мислення.

Взаємозв'язок між стратегічним мисленням та дизайн-мисленням у контексті розвитку бізнесу. Застосування принципів дизайн-мислення для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Етапи розробки стратегії. Практики залучення персоналу та експертів для спільної розробки стратегії.

5.2. Креативні плани дій для вирішення стратегічних завдань.

Методи формулювання візії та місії, відповідно до принципів дизайн-мислення. Ідентифікація ключових завдань

Техніки дизайн-мислення для створення інноваційних стратегій розвитку. Стратегії з урахуванням змін в галузі.

Тема 6. Етапи створення інноваційного продукту: від ідеї до реалізації

6.1. Концептуалізація ідеї.

Генерація ідей. Відбір потенційних концепцій.

6.2. Дизайн і розробка.

Створення прототипів. Уточнення концепції

6.3. Впровадження та виробництво.

Стратегії запуску продукту на ринок. Методи оптимізації виробництва для забезпечення якості продукції (робіт, послуг) та ефективності виробництва.

6.4. Маркетинг та продаж

Стратегія маркетингу. Канали продажу.

6.5. Критерії успішності та моніторинг результатів

Визначення KPI. Моніторинг результатів.

6.6. Оптимізація та вдосконалення

Механізм збору та аналізу зворотного зв'язку для постійного вдосконалення продукту.

Тема 7. Дизайн-мислення та покращення користувацького досвіду.

7.1. Аналіз користувацького досвіду.

Поняття дизайн-мислення в UX. Зв'язок дизайн-мислення із стратегією бізнесу та користувацьким досвідом. Методи аналізу користувацьких потреб. Персоналізація інтерфейсів

7.2. Етапи оптимізації взаємодії з клієнтами.

Етап розуміння. Етап розробки. Етап тестування.

7.3. Дизайн інтерфейсів та взаємодії.

Принципи дизайну інтерфейсів. Реакція на зміни використання. Практичні кроки покращення UX.

Тема 8. Сучасні тенденції в дизайн-мисленні.

8.1. Інноваційні методи та підходи в дизайн-мисленні.

Дизайн-спрямоване мислення на основі даних. Використання штучного інтелекту в дизайні. Доповнена реальність та віртуальна реальність в дизайні. Інтерфейси взаємодії на основі жестів та мови.

8.2. Дизайн для сталого розвитку.

Екологічний дизайн. Спільнотне виробництво та дизайн.

8.3. Дизайн для інклюзивності.

Урахування різноманітності користувачів. Дизайн для людей з обмеженими можливостями.

8.4. Кросфункціональність та командна робота.

Інтеграція дизайн-мислення в агільні методології. Робота в розгалужених командах

Тема 9. Дизайн-мислення та усталені галузі бізнесу

Фінансовий сектор. Оптимізація онлайн-банкінгу.

Освітні послуги. Створення ефективних навчальних платформ.

Медична галузь. Покращення досвіду пацієнтів.

Роздрібна торгівля. Створення унікальних магазинів та інтернет-платформ.

Технологічні компанії. Розробка інноваційних продуктів.

Телекомунікації. Покращення користувацьких інтерфейсів мобільних додатків.

Транспорт та логістика. Розробка інтерфейсів для мобільних додатків та онлайн-платформ.

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань

Назва теми та завдання	Зміст
Тема 2. Завдання 1.	Для встановленої сфери бізнесу використати техніку генерації інноваційних ідей. Сформувані перелік 5 стандартних ідей, 5 сучасних ідей, 5 сучасних інноваційних ідей, 5 інноваційних ідей
Тема 3. Завдання 2.	Використання безкоштовних інструментів та технологій, що полегшують віддалену комунікацію та спільну роботу. Формування за їх допомогою системи документів для описання та оцінювання сформованих ідей
Тема 4. Завдання 3.	Паперове та цифрове прототипування Автоматизація систематичного та конструктивного збору зворотного зв'язку для вдосконалення прототипу
Тема 5. Завдання 4.	Формулювання візії та місії. Ідентифікація ключових завдань. Розробка стратегії розвитку підприємницької структури.
Тема 8. Завдання 5.	Вирішення кейса «Інтеграція дизайн-мислення в Агільні методології»
Тема 9. Завдання 6.	Вирішення кейса «Дизайн-мислення в роздрібній торгівлі - Створення унікальних онлайн магазинів»

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3

Перелік самостійної роботи

Назва теми	Зміст
Тема 1 - 9	Вивчення лекційного матеріалу, підготовка до практичних занять
Тема 6 – 7	Виконання індивідуального навчально-дослідного завдання
Тема 8 - 9	Підготовка до вирішення кейса
Тема 1 - 9	Підготовка до іспиту

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) та / або лабораторних занять та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні (лекція (Тема 1 – 4, 6, 7), проблемна лекція (Тема 5), лекція-дискусія (Тема 8, 9)).

Наочні (демонстрація (Тема 1 – 9)).

Практичні (практична робота (Тема 2 – 9), індивідуальне навчально-дослідне завдання (Тема 6 – 7), кейс-метод (Тема 8, 9)).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів:

для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит): максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти скласти екзамен (іспит) – 35 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формах семестрового екзамену (іспиту), диференційованого заліку або заліку. Складання семестрового екзамену (іспиту) здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається:

для дисциплін з формою семестрового контролю екзамен (іспит) – сумуванням балів за поточний та підсумковий контроль

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: індивідуальне навчально-дослідне завдання (10 балів), виконання практичних завдань (30 балів), вирішення кейсів (20 балів).

Семестровий контроль: Екзамен (40 балів)

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти
Спеціальність «Підприємництво та торгівля»
Освітньо-професійна програма «Підприємництво, торгівля та біржова
діяльність».
Навчальна дисципліна «Дизайн мислення»

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

Завдання 1 (тести). (10 балів)

1. Що таке дизайн-мислення?
 - a. Процес створення естетичних об'єктів.
 - b. Мислення, спрямоване на розробку та вирішення складних завдань.
 - c. Використання готових шаблонів у дизайні.
2. Які етапи включає процес дизайн-мислення?
 - a. Аналіз, реалізація, оцінка.
 - b. Розуміння, визначення, ідеяція, прототипування, тестування.
 - c. Запитання, відповідь, заключення.
3. Що включає в себе креативний мозковий штурм?
 - a. Генерацію нових ідей без будь-яких обмежень.
 - b. Обговорення тільки вже існуючих ідей.
 - c. Вибір ідеї з попереднього проекту.
4. Яке завдання ставиться перед учасниками креативного мозкового штурму?
 - a. Згенерувати якнайбільше ідей.
 - b. Визначити тільки одну правильну ідею.
 - c. Конкурувати за кращу ідею.
5. Яка роль дизайн-мислення в командній роботі?
 - a. Створення ідеальних дизайнів без участі команди.
 - b. Заохочення співпраці та генерації ідей у команді.
 - c. Відокремлення завдань між учасниками.
6. Яка перевага ефективних комунікаційних стратегій у командній роботі?
 - a. Зниження рівня довіри в команді.
 - b. Забезпечення чіткого розподілу обов'язків.
 - c. Приховування інформації від учасників.
7. Що включає в себе процес прототипування?
 - a. Розробка кінцевого продукту.
 - b. Створення проміжних моделей або варіантів продукту.
 - c. Відправлення продукту на ринок без попереднього тестування.
8. Яка мета тестування прототипів у дизайн-мисленні?
 - a. Переконавання в правильності кожного рішення.

- b. Збір зворотного зв'язку від користувачів та виправлення помилок.
 - c. Поширення прототипів в інтернеті для привертання уваги.
9. Як дизайн-мислення використовується для розвитку стратегій бізнесу?
- a. Лише для створення рекламних матеріалів.
 - b. Розробка ідеї та плану впровадження.
 - c. Забезпечення фінансової стабільності.
10. Що включає в себе креативний план дій у контексті дизайн-мислення?
- a. Стратегії виживання на ринку.
 - b. Послідовність креативних експериментів для досягнення мети.
 - c. Захоплення найбільших ринків.

Завдання 2 (стереотипне). (10 балів)

Поясніть, що означає креативне мислення та як його розвиток може сприяти інноваціям у бізнесі. Дайте приклади технік розвитку креативного мислення.

Завдання 3 (діагностичне). (10 балів)

Виберіть один конкретний кейс успішного чи невдалого впровадження дизайн-мислення в бізнес та зробіть критичний аналіз факторів успіху або невдачі.

Завдання 4 (евристичне). (10 балів)

Розробіть концепцію інноваційного продукту для покращення користувацького досвіду у конкретній сфері (наприклад, роздрібна торгівля, онлайн-послуги, гостьовий сервіс тощо). Ваша концепція повинна включати етапи дизайн-мислення, враховуючи потреби та очікування користувачів.

Затверджено на засіданні кафедри підприємництва і торгівлі протокол № _____ від «___» _____ 20__ р.

Екзаменатор

к.е.н., доц. Заславська К. А.

Зав. кафедрою

д.е.н., проф. Салун М. М.

Критерії оцінювання

Підсумкові бали за екзамен складаються із суми балів за виконання всіх завдань, що округлені до цілого числа за правилами математики.

Алгоритм вирішення кожного завдання включає окремі етапи, які відрізняються за складністю, трудомісткістю та значенням для розв'язання завдання. Тому окремі завдання та етапи їх розв'язання оцінюються відокремлено один від одного таким чином:

Завдання 1 (тести). (10 балів)

1 – кожна правильна відповідь.

Завдання 2 (стереотипне). (10 балів)

4 – надано пояснення поняття креативне мислення та стадії його розвитку.

3 – наведено фактори, що посилюють креативне мислення та його результати.

3 – наведено конкретні приклади технік розвитку креативного мислення

Завдання 3 (діагностичне). (10 балів)

4 – проведено описання конкретного кейса впровадження дизайн мислення.

4 – встановлено фактори впливу та проведено критичний аналіз факторів успіху або невдачі.

аргументовано пояснено, чому виведення на ринок нового продукту може бути визнане проектом, вказано на тимчасовість, унікальність та орієнтованість на досягнення конкретної мети.

2 – логічність та послідовність аргументації.

Завдання 4 (евристичне). (10 балів)

4 – визначено та послідовно перелічено конкретні етапи дизайн-мислення.

3 – ідентифіковано потреби та очікування користувачів.

3 – сформовано концепцію інноваційного продукту для покращення користувацького досвіду.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Барнет Б., Еванз Д. Дизайн-мислення. Спроектуй своє життя / пер. з англ. В. Глінка. – К. : Наш формат, 2018. – 224 с.

2. Teun den Dekker. Design Thinking. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/344900495_Design_Thinking_International_Edition.

Додаткова

3. Яловега І. Г. Можливості дизайн-мислення в інноваційній педагогічній діяльності / І. Г. Яловега, Н. О. Пономарьова, С. С. Зуб. // Освіта дорослих: світові тенденції, українські реалії та перспективи. – Київ, Харків: Інститут освіти дорослих НАПН України ім. І. Зязюна, Харків. нац. педагогічний ун-т ім. Г.С. Сковороди. – 2020. – С. 441–446. Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/24244>.

4. Design Thinking. The Guidebook. Режим доступу: <https://www.rcsc.gov.bt/wp-content/uploads/2017/07/dt-guide-book-master-copy.pdf>.

5. Gekeler Moritz A practical guide to design thinking. Режим доступу:

<https://library.fes.de/pdf-files/bueros/indien/15404-20190508.pdf>.

6. Mueller-Roterberg Christian. Handbook of Design Thinking. Tips & Tools for how to design thinking. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/329310644_Handbook_of_Design_Thinking.

Інформаційні ресурси

7. Ткаченко А. М., Плинокос Д. Д. Дизайн-мислення, як нова парадигма розвитку стартапу // Центральнoукраїнський науковий вісник. Економічні науки, 2021, вип. 6(39) Режим доступу: [https://economics.kntu.kr.ua/pdf/6\(39\)/25.pdf](https://economics.kntu.kr.ua/pdf/6(39)/25.pdf).

8. Mootee Idris. Design Thinking for Strategic innovations. Режим доступу: [https://www.aitskadapa.ac.in/e-books/CSE/DESIGN%20THINKING/Design%20Thinking%20for%20Strategic%20Innovation%20What%20They%20Can%20Teach%20You%20at%20Business%20or%20Design%20School%20\(%20PDFDrive%20\).pdf](https://www.aitskadapa.ac.in/e-books/CSE/DESIGN%20THINKING/Design%20Thinking%20for%20Strategic%20Innovation%20What%20They%20Can%20Teach%20You%20at%20Business%20or%20Design%20School%20(%20PDFDrive%20).pdf)