Scheda didattica

|  |  |
| --- | --- |
| Titolo | Design Thinking |
| Parole chiave | Processo di progettazione, pensiero creativo, centrato sull’utente, ideazione, empatia |
| Fornito da | Found.ation |
| Lingua | Italiano |
| Area di formazione | ☒ Fondamenti di imprenditorialità digitale in contesti di microimprese ☒ Comunicazione digitale e branding☐ finanza digitale☐ Sicurezza informatica |
| Risultati dell'apprendimento | EntreComp |
| ☒ Idee e opportunità ☒ Risorse☒ In azioneCompetenze specifiche affrontate:Individuare opportunità e idee, Creatività, Risoluzione dei problemi, Persistenza, Auto-Efficacia  |
| DigComp |
| ☐ Informazioni e alfabetizzazione dei dati ☒ Comunicazione e collaborazione☐ Creazione di contenuti digitali☒ Sicurezza☒ Risoluzione dei problemiCompetenze specifiche affrontate:Creatività digitale, Analisi dei dati, Inquadramento dei problemi, Alfabetizzazione digitale per l’apprendimento |
| Livello di competenza |
| ☐ livello 1 ☐ livello 2 | ☐ livello 3☐ livello 4 | ☐ livello 5☒ livello 6 | ☐ livello 7☐ livello 8 |
| Fondazione | Intermedio | Avanzato | Esperto |
| Descrizione | Il programma di formazione sul Design Thinking delle MPMI si estende su tre moduli, avanzando progressivamente dai livelli di EQF da 3 a 5. Il modulo 1 introduce i principi e i processi fondamentali del Design Thinking; Il modulo 2 si concentra sulle tecniche di ideazione e prototipazione e il modulo 3 analizza l’implementazione e l’impatto sull’innovazione aziendale. Il programma integra competenze specifiche di DigComp 2.1 e EntreComp, fornendo ai partecipanti l’alfabetizzazione digitale e una mentalità imprenditoriale. Questi moduli consentono ai professionisti delle PMI di sfruttare il potenziale creativo di risoluzione dei problemi del Design Thinking per la crescita e l’innovazione tangibili del business. |
| Obiettivi formativi | [obiettivi di apprendimento per questo modulo; 3 obiettivi]* **Progettazione per l’implementazione:** I partecipanti impareranno a progettare e pianificare strategie di implementazione efficaci per integrare i principi del Design Thinking nelle operazioni delle loro MPMI. Saranno in grado di sviluppare piani attuabili per dare vita a idee innovative.
* **Innovazione aziendale:** Questo modulo mira a infondere una profonda comprensione di come il Design Thinking può catalizzare l’innovazione aziendale. I partecipanti identificheranno le opportunità di innovazione all’interno delle loro organizzazioni ed esploreranno modi per sfruttare il Design Thinking per guidare la crescita e il vantaggio competitivo.
* **Misurazione e valutazione dell’impatto di progettazione:** Gli studenti acquisiranno le competenze per misurare e valutare l’impatto del Design Thinking sulla propria attività. Ciò include la valutazione dell’efficacia delle soluzioni implementate e la determinazione del loro ROI, consentendo un processo decisionale basato sui dati.
* **Design Thinking in pratica:** L’applicazione pratica è un obiettivo chiave, con casi di studio del mondo reale ed esercizi per illustrare l’applicazione del Design Thinking in vari scenari aziendali. I partecipanti acquisiranno esperienza pratica nell’implementazione delle metodologie di Design Thinking nelle loro MPMI.
 |
| Indice (3 livelli: Modulo-unità-sezione) | Modulo: Design Thinking**Unità 1**: Introduzione al Design ThinkingSezione 1.1. Cos’è il Design Thinking?Sezione 1.2. Il processo di Design ThinkingSezione 1.3 Definire le sfide e identificare le opportunità**Unità 2**: Ideazione e prototipazioneSezione 2.1. Tecniche di ideazioneSezione 2.2. Sviluppo del concettoSezione 2.3 Prototipazione e test**Unità 3**: Attuazione e impattoSezione 3.1. Progettazione per l’implementazioneSezione 3.2. Design Thinking e innovazione aziendaleSezione 3.3. Misurazione e valutazione dell’impatto di progettazione |
| Contenuti sviluppati | Modulo: Design Thinking Unità 1: Introduzione al Design Thinking**Sezione 1.1.** Cos’è il Design Thinking?In questa sezione, i partecipanti acquisiranno una conoscenza fondamentale del Design Thinking, della sua origine e del suo significato nella risoluzione dei problemi e nell’innovazione. Il contenuto riguarderà i seguenti punti chiave:1. **Introduzione al Design Thinking:** Definire il Design Thinking come un approccio creativo e incentrato sull'uomo alla risoluzione dei problemi che privilegia l’empatia, la collaborazione e l’iterazione.
2. **Contesto storico:** Esplora l’evoluzione storica del Design Thinking, comprese le sue radici nel design e la sua espansione in vari campi, come affari, l’istruzione e l’assistenza sanitaria.
3. **Principi fondamentali:** Spiegare i principi fondamentali alla base del Design Thinking, tra cui l’empatia per gli utenti, l’enfasi sulla prototipazione iterativa e l’attenzione all’inquadramento olistico dei problemi.
4. **Differenze rispetto alla soluzione tradizionale dei problemi:** Evidenziare le distinzioni critiche tra il Design Thinking e i metodi tradizionali di risoluzione dei problemi, come la risoluzione dei problemi analitici, enfatizzando la natura sperimentale e incentrata sull’utente del Design Thinking.
5. **Applicazioni:** Fornire esempi di come il Design Thinking è stato applicato con successo in vari settori e settori, dimostrandone versatilità ed efficacia.

**Sezione 1.2.** Il processo di Design Thinking In questa sezione, i partecipanti approfondiranno gli elementi fondamentali del processo di Design Thinking. Suddividerà il processo nelle sue fasi ed esplorerà le metodologie coinvolte. Il contenuto riguarderà i seguenti punti chiave:1. **Introduzione al processo di Design Thinking:** Spiegare che il processo di Design Thinking è un approccio strutturato per la risoluzione dei problemi e l’innovazione che in genere coinvolge più fasi.
2. **Fase 1: Entrare in empatia con gli utenti finali:** Esplorare l’importanza di comprendere i bisogni, i comportamenti e le motivazioni degli utenti finali. I partecipanti impareranno a condurre ricerche sugli utenti, interviste e osservazioni per creare empatia per il pubblico di destinazione.
3. **Fase 2: Definire la sfida:** Discutere l’importanza di definire il problema o la sfida in modo centrato sull’utente. I partecipanti impareranno come riformulare i problemi come opportunità e utilizzare tecniche come le dichiarazioni e i problemi degli utenti.
4. **Fase 3: Ideazione:** Introdurre la fase di ideazione, in cui la creatività e il brainstorming sono al centro dell’attenzione. I partecipanti impareranno varie tecniche di ideazione, come il brainstorming, la mappatura mentale e il metodo SCAMPER, per generare molteplici idee innovative.
5. **Fase 4: Prototipazione:** Spiegare il processo di traduzione delle idee in prototipi tangibili. I partecipanti esploreranno i diversi tipi di prototipi, dagli schizzi a bassa fedeltà ai modelli ad alta fedeltà, e comprenderanno come la prototipazione facilita i test e il perfezionamento.
6. **Fase 5: Test e feedback:** Evidenziare l’importanza dei test degli utenti e della raccolta di feedback. I partecipanti impareranno come raccogliere informazioni sugli utenti finali e utilizzarle per affinare e ripetere i loro prototipi e concetti.
7. **Natura iterativa del Design Thinking:** Sottolineare che il processo di Design Thinking non è lineare ma iterativo e può comportare la rivisitazione e la rielaborazione delle fasi man mano che si acquisiscono nuove conoscenze.

**Sezione 1.3.** Definire le sfide e identificare le opportunità In questa sezione, i partecipanti esploreranno le fasi iniziali critiche del Design Thinking, che prevedono l’inquadramento dei problemi in modo efficace e l’individuazione delle opportunità di innovazione. Il contenuto riguarderà i seguenti punti chiave:1. **Efficace inquadramento dei problemi:** Sottolineare l’importanza di inquadrare i problemi in modo da incoraggiare soluzioni creative e incentrate sull’utente. I partecipanti impareranno come elaborare dichiarazioni di problemi che siano chiare, specifiche e orientate alle esigenze e alle esperienze degli utenti finali.
2. **Empatia e Centralità dell’utente:** Ribadire il significato dell’empatia per gli utenti finali e il suo ruolo nella comprensione delle loro prospettive. I partecipanti impareranno come condurre interviste, sondaggi e osservazioni con gli utenti per ottenere approfondimenti sulle sfide affrontate dagli utenti.
3. **Profili dell’utente:** Introdurre il concetto di profili dell’utente, che sono rappresentazioni fittizie di utenti tipici. I partecipanti impareranno a creare e utilizzare i profili degli utenti per entrare in empatia e comprendere le diverse esigenze del loro pubblico di destinazione.
4. **Tecniche di riformulazione dei problemi:** Fornire tecniche e strumenti per la riformulazione di problemi e sfide. Discutere approcci come “Come possiamo” (HMW) domande, sessioni di brainstorming, e l’uso di brief di progettazione per incoraggiare il pensiero innovativo.
5. **Identificare le opportunità:** Spiegare come il Design Thinking non solo affronta i problemi esistenti, ma scopre anche opportunità di innovazione. I partecipanti impareranno a identificare bisogni insoddisfatti e le potenziali aree di miglioramento che potrebbero non essere immediatamente evidenti.
6. **Esempi reali:** Condividere casi di studio del mondo reale ed esempi per illustrare un’inquadratura efficace dei problemi e l’impatto del pensiero incentrato sull’utente nell’identificazione delle opportunità.

Unità 2: Ideazione e prototipazione **Sezione 2.1.** Tecniche di ideazioneQuesta sezione è incentrata sulla promozione della creatività e della generazione di idee attraverso varie tecniche di ideazione. Incoraggia i partecipanti a pensare fuori dagli schemi e a generare soluzioni innovative. Il contenuto riguarderà i seguenti punti chiave:1. **Importanza dell’ideazione:** Evidenziare l’importanza dell’ideazione come processo creativo per generare una vasta gamma di idee. Discutere su come l’ideazione è un passaggio cruciale nel processo di Design Thinking.
2. **Brainstorming:** Introdurre il concetto di brainstorming come attività di gruppo che incoraggia i partecipanti a condividere idee senza giudizio. Spiegare le regole del brainstorming, come rinviare il giudizio e mirare alla quantità rispetto alla qualità nella fase iniziale.
3. **Mappatura mentale:** Descrivere la tecnica della mappatura mentale, che aiuta i partecipanti a organizzare visivamente i loro pensieri e le loro idee. Spiega come le mappe mentali possono essere utilizzate per esplorare le relazioni tra concetti e scoprire connessioni nascoste.
4. **Metodo SCAMPER:** Introdurre il metodo SCAMPER, un acronimo che rappresenta diversi modi di affrontare i problemi in modo creativo: Sostituire, Combinare, Adattare, Modificare, Riutilizzare, Eliminare e Invertire. Spiega come ogni elemento di SCAMPER può essere applicato per generare idee innovative.
5. **Scenegggiatura disegnata:** Discutere la sceneggiatura disegnata come tecnica per visualizzare idee e concetti in un formato narrativo. Spiega come gli sceneggiatori possono aiutare a comprendere le esperienze e gli scenari degli utenti.
6. **Ideazione collaborativa:** Enfatizzare i benefici delle sessioni di ideazione collaborativa, in cui diverse prospettive e competenze sono riunite per generare varie idee. Discutere su come le squadre interfunzionali possono migliorare la creatività.
7. **Vincoli creativi:** Esplorare l’applicazione di vincoli o limitazioni creative per stimolare il pensiero innovativo. I partecipanti impareranno come i vincoli possono portare a soluzioni uniche e creative.
8. **Esercizi pratici:** Incorporare esercizi pratici e attività per consentire ai partecipanti di praticare tecniche di ideazione. Incoraggiateli ad applicare il brainstorming, la mappatura mentale e SCAMPER alle sfide del mondo reale.

**Sezione 2.2.** Sviluppo del concettoIn questa sezione, i partecipanti passeranno dall’ideazione allo sviluppo strutturato di concetti basati sulle idee generate nella sezione precedente. Il contenuto riguarderà i seguenti punti chiave: 1. **Processo di sviluppo del concetto:** Introdurre la fase di sviluppo del concetto come passo successivo alla creatività, in cui i partecipanti perfezionano e strutturano le loro idee in concetti e soluzioni attuabili.
2. **Profili e bisogni dell'utente:** Ribadire l’importanza di comprendere i profili degli utenti e le loro esigenze. Spiegare come queste informazioni servano da base per lo sviluppo di concetti incentrati sull’utente.
3. **Sceneggiatura disegnata e scenari utente:** Discutere come la sceneggiatura disegnata e la creazione di scenari utente possono aiutare a visualizzare come i concetti affronteranno le esigenze e le sfide degli utenti finali. I partecipanti impareranno a creare sceneggiature che descrivono il percorso dell’utente e l’interazione con le soluzioni proposte.
4. **Brief di progettazione:** Spiegare il concetto di brief di progettazione, che fornisce una descrizione chiara e concisa del problema, del pubblico di destinazione e della soluzione proposta. I partecipanti impareranno come creare brief di progettazione efficaci che guidano lo sviluppo del concetto.
5. **Priorità e fattibilità:** Discutere i concetti di definizione delle priorità basati su criteri di fattibilità, desiderabilità e redditività. I partecipanti valuteranno la fattibilità di implementare ogni concetto all’interno delle risorse e dei vincoli dell’organizzazione.
6. **Considerazioni di prototipazione:** Introdurre l’idea che lo sviluppo del concetto dovrebbe allinearsi con la fase di prototipazione, sottolineando la necessità di considerare come il concetto sarà tradotto in prototipi tangibili.
7. **Perfezionamento iterativo:** Evidenziare la natura iterativa dello sviluppo concettuale nel Design Thinking. I partecipanti capiranno che i concetti possono evolversi e cambiare man mano che ricevono feedback e vengono testati con gli utenti finali.
8. **Applicazione pratica**: Includere esercizi pratici e casi di studio per consentire ai partecipanti di esercitarsi nello sviluppo dei concetti. Incoraggiali a creare bozzetti concettuali, sceneggiature e brief di progettazione per idee selezionate.

**Sezione 2.3.** Prototipazione e testIn questa sezione, i partecipanti approfondiranno gli aspetti pratici della trasformazione dei concetti in prototipi tangibili e l’importanza dei test degli utenti nel processo di Design Thinking. Il contenuto riguarderà i seguenti punti chiave:1. **Introduzione alla prototipazione:** Definire la prototipazione come la creazione di rappresentazioni tangibili di concetti per testare visivamente o funzionalmente le idee. Sottolinea che i prototipi possono variare in fedeltà, dagli schizzi a bassa fedeltà ai modelli ad alta fedeltà.
2. **Tipi di prototipi:** Esplora i diversi tipi di prototipi, tra cui prototipi di carta, bozze, modelli e prototipi funzionali. Spiegare i vantaggi e i casi d’uso appropriati per ogni tipo.
3. **Strumenti di prototipazione e software:** Introdurre vari strumenti di prototipazione e software che possono aiutare nella creazione di prototipi digitali. I partecipanti impareranno a conoscere strumenti come Adobe XD, Sketch e Figma.
4. **Test utente e feedback:** Sottolineare l’importanza di coinvolgere gli utenti finali nel processo di test. Spiegare come i test degli utenti aiutano a identificare i problemi di usabilità, raccogliere feedback e convalidare l’efficacia del progetto.
5. **Creazione di scenari di prova:** Discutere su come progettare scenari di prova e attività per i test degli utenti. I partecipanti impareranno come strutturare le sessioni di test degli utenti per raccogliere informazioni specifiche.
6. **Prototipazione iterativa:** Sottolineare che il processo è iterativo, il che significa che i prototipi sono perfezionati in base al feedback degli utenti. Evidenziare il valore di apportare continui miglioramenti alla progettazione.
7. **Principi di usabilità:** Introdurre principi fondamentali di usabilità, come la semplicità, la coerenza e il feedback, che i partecipanti dovrebbero considerare quando creano e testano i prototipi.
8. **Raccolta e analisi di feedback:** Spiegare come raccogliere i feedback degli utenti, documentare le osservazioni e analizzare i risultati delle sessioni di test degli utenti. Discutere le tecniche per sintetizzare e dare priorità al feedback.
9. **Perfezionamento e Iterazione:** Sottolineare l’importanza di utilizzare il feedback degli utenti per perfezionare i prototipi. Incoraggiare i partecipanti a ripetere e migliorare i loro progetti in base ai risultati dei test.
10. **Esercitazioni pratiche di prototipazione:** Incorporare esercizi pratici che consentono ai partecipanti di creare prototipi e condurre test agli utenti. Ciò può includere la creazione di prototipi cartacei a bassa fedeltà o prototipi digitali utilizzando software di prototipazione.

Unità 3: Implementazione e feedback**Sezione 3.1.** Progettazione per l’implementazioneQuesta sezione si concentra sulla pianificazione e sulla strategia per l’implementazione del Design Thinking all’interno di un’organizzazione, sottolineando l’importanza di un approccio strutturato per garantire che le soluzioni innovative diventino realtà. Il contenuto riguarderà i seguenti punti chiave:1. **Introduzione alla progettazione per l’implementazione:** Definire il concetto di “Progettazione per l’implementazione” come la fase che segue l’ideazione e lo sviluppo del concetto. Questa sezione riguarda la trasformazione di idee innovative in piani attuabili.
2. **Allineamento con gli obiettivi organizzativi:** Sottolineare la necessità di allineamento tra le soluzioni sviluppate attraverso il Design Thinking e gli scopi e gli obiettivi più ampi dell’organizzazione. I partecipanti impareranno come garantire che le loro iniziative contribuiscano alla direzione strategica dell’organizzazione.
3. **Assegnazione delle risorse:** Discutere l’assegnazione delle risorse, tra cui tempo, budget e personale, per supportare l’implementazione delle soluzioni di Design Thinking. I partecipanti esploreranno strategie per gestire in modo efficace le risorse.
4. **Pianificazione del progetto:** Introdurre il concetto di pianificazione del progetto, compresa la definizione degli ambiti del progetto, delle tempistiche e delle tappe fondamentali. I partecipanti impareranno come creare un piano di progetto che delinei i passaggi necessari per l’implementazione.
5. **Collaborazione interfunzionale:** Sottolineare l’importanza della collaborazione interfunzionale e del lavoro di squadra nella fase di implementazione. I partecipanti capiranno come i vari dipartimenti e le parti interessate devono collaborare per portare a compimento le soluzioni di Design Thinking.
6. **Gestione del cambiamento:** Affrontare le sfide del cambiamento organizzativo che possono insorgere nell’implementazione di soluzioni innovative. Discutere le strategie per gestire la resistenza al cambiamento e garantire una transizione graduale.
7. **Valutazione del rischio:** Spiegare l’importanza di condurre una valutazione del rischio per individuare potenziali sfide o ostacoli all’implementazione. I partecipanti impareranno come mitigare i rischi e pianificare gli imprevisti.
8. **Monitoraggio e valutazione:** Discutere la necessità di un monitoraggio e di una valutazione continui del processo di implementazione. I partecipanti esploreranno gli indicatori chiave di prestazione (KPI) e le metriche di valutazione per misurare i progressi e il successo del progetto.
9. **Comunicazione e rendicontazione:** Evidenziare l’importanza di una comunicazione chiara ed efficace durante tutta la fase di implementazione. I partecipanti impareranno a creare relazioni regolari sui progressi compiuti e a comunicare gli aggiornamenti alle parti interessate.
10. **Documentazione e trasferimento delle conoscenze:** Sottolineare l’importanza di documentare il processo di implementazione, compresi gli insegnamenti tratti e le migliori pratiche. I partecipanti capiranno come facilitare il trasferimento di conoscenze all’interno dell’organizzazione.
11. **Applicazione pratica:** Includere casi di studio ed esercizi pratici che consentono ai partecipanti di sviluppare piani di implementazione per soluzioni di Design Thinking pertinenti per le loro organizzazioni.

**Sezione 3.2.** Misurazione e valutazione dell’impatto di progettazioneIn questa sezione, i partecipanti impareranno come valutare l’impatto delle iniziative di Design Thinking all’interno delle loro organizzazioni. L’obiettivo è misurare l’efficacia delle soluzioni e comprendere il loro contributo agli obiettivi aziendali. Il contenuto riguarderà i seguenti punti chiave:1. L’importanza della misurazione: Sottolineare l’importanza di misurare l’impatto delle iniziative di Design Thinking per garantire che gli sforzi siano allineati agli obiettivi organizzativi e per giustificare gli investimenti.
2. Definizione di indicatori chiave di prestazione (KPI): Spiegare il processo di identificazione e definizione di KPI specifici che saranno utilizzati per misurare il successo dei progetti di Design Thinking. I partecipanti impareranno a stabilire obiettivi chiari e misurabili.
3. Raccolta e analisi dei dati: Discutere i metodi e gli strumenti per la raccolta dei dati pertinenti per tracciare i KPI. I partecipanti esploreranno anche come analizzare i dati per ottenere informazioni sulle prestazioni e sull’efficacia delle iniziative.
4. Valutazione qualitativa: Evidenziare il valore dei metodi di valutazione qualitativa, come il feedback degli utenti e i sondaggi sulla soddisfazione, nella comprensione dell’impatto delle soluzioni di Design Thinking sulle esperienze degli utenti.
5. Metriche quantitative: Introdurre varie metriche quantitative che possono essere utilizzate per misurare l’impatto del Design Thinking, comprese le metriche relative alle entrate, ai risparmi sui costi, ai miglioramenti dell’efficienza e al coinvolgimento dei clienti.
6. Analisi comparativa: Spiegare il concetto di analisi comparativa, che comporta il confronto delle prestazioni delle iniziative di Design Thinking con gli standard del settore o dei concorrenti. I partecipanti impareranno come utilizzare l’analisi comparativa per valutare le prestazioni relative.
7. Circuiti di feedback: Sottolinea l’importanza di creare circuiti di feedback all’interno dell’organizzazione per raccogliere continuamente approfondimenti e migliorare l’impatto dei progetti di Design Thinking.
8. Reportistica e visualizzazione: Discutere l’efficace comunicazione dei risultati attraverso la segnalazione e la visualizzazione. I partecipanti impareranno a presentare i risultati in modo chiaro e comprensibile alle parti interessate.
9. Adeguamento e Iterazione: Il processo di valutazione dovrebbe informare gli adeguamenti e le iterazioni delle iniziative di Design Thinking. Discutere su come le organizzazioni possono utilizzare i risultati della valutazione per migliorare i progetti futuri.
10. Esempi reali: Condividi casi di studio reali che illustrano la misurazione e la valutazione dell’impatto del Design Thinking e come ha portato a miglioramenti nella progettazione di prodotti, servizi o processi.
11. Applicazione pratica: Includere esercizi pratici che consentono ai partecipanti di definire KPI e creare piani di misurazione per le iniziative di Design Thinking pertinenti alle loro organizzazioni.
 |
| 5 voci del glossario | **Design Thinking.** Design Thinking è un approccio incentrato sull’uomo alla risoluzione dei problemi e all’innovazione che dà priorità all’empatia per gli utenti finali, alla collaborazione e alla sperimentazione. Si tratta di un processo strutturato di comprensione delle esigenze degli utenti, di ideazione di soluzioni creative, di prototipazione e di test per arrivare a progetti e soluzioni innovative.**Persona Utente.** Una persona utente è una rappresentazione fittizia di un tipico utente finale o cliente. Include informazioni demografiche, comportamenti, obiettivi e punti critici. Le personalità degli utenti sono utilizzate nel Design Thinking per comprendere meglio ed entrare in empatia con il pubblico di destinazione.**Ideazione.** L’ideazione è il processo creativo di generare una vasta gamma di idee e soluzioni, spesso in una sessione di brainstorming. Si tratta di una fase cruciale nel Design Thinking in cui i partecipanti mirano a pensare liberamente e in modo espansivo per affrontare le sfide identificate.**Prototipazione.** La prototipazione comporta la creazione di rappresentazioni tangibili di concetti o soluzioni, che vanno dagli schizzi a bassa fedeltà ai modelli ad alta fedeltà. I prototipi vengono utilizzati per testare e convalidare le idee, aiutando i team a visualizzare e perfezionare i loro progetti prima dell’implementazione.**Indicatore chiave di prestazione (KPI).** Un KPI è una metrica misurabile utilizzata per valutare le prestazioni e l’impatto di un progetto, iniziativa o organizzazione. Nel Design Thinking, i KPI sono stabiliti per misurare quantitativamente il successo e l’efficacia delle soluzioni sviluppate attraverso il processo, contribuendo a valutarne l’impatto sulle esperienze degli utenti o sui risultati aziendali. |
| 5 domande di autovalutazione a scelta multipla | Quesito n. 1. Qual è l’obiettivo principale del Design Thinking?Opzione a: Efficienza e riduzione dei costiOpzione b: Risoluzione dei problemi e innovazione incentrata sull'utente]Opzione c: Concorrenza e analisi di mercatoOpzione d: Gestione del progetto e assegnazione delle risorseOpzione corretta: BQuesito n. 2. Qual è lo scopo di creare profili utente nel Design Thinking?Opzione a: Creare personaggi immaginari per la narrazioneOpzione b: Per comprendere i dati demografici degli utentiOpzione c: Entrare in empatia e comprendere meglio il pubblico di destinazioneOpzione d: Per generare materiale di marketingOpzione corretta: cQuesito n. 3. Quale fase del processo di Design Thinking coinvolge la generazione creativa di idee e soluzioni?Opzione a: EmpatiaOpzione b: DefinireOpzione c: IdeareOpzione d: PrototipoOpzione corretta: cQuesito n. 4. Qual è lo scopo principale della prototipazione nel Design Thinking?Opzione a: Per creare le versioni finali del prodotto Opzione b: Per visualizzare e perfezionare le ideeOpzione c: Condurre ricerche di mercatoOpzione d: Per generare profili utenteOpzione corretta: BQuesito 5. Cosa aiutano a misurare i KPI (Key Performance Indicators) nel contesto del Design Thinking?Opzione a: Il costo dell’implementazione di una soluzioneOpzione b: Il numero di sessioni di brainstorming condotteOpzione c: Il successo e l’impatto delle soluzioni sulle esperienze degli utenti o sui risultati aziendaliOpzione d: Il numero di profili utenti creatiOpzione corretta: c |
| Bibliografia e ulteriori riferimenti | 1. IDEO, <https://designthinking.ideo.com/>
2. IDEO.org, The Field Guide to Human-Centered Design. Una guida passo-passo che ti farà risolvere problemi come un designer, <https://www.designkit.org/resources/1.html>
3. Tim Brown, [giugno 2008](https://hbr.org/archive-toc/BR0806), Harvard Business Review, Design Thinking — Pensare come un designer può trasformare il modo in cui si sviluppano prodotti, servizi, processi e persino la strategia. <https://hbr.org/2008/06/design-thinking>
 |
| Materiale correlato | [indicare qui il nome del file ppt che accompagna questo corso; si prega di utilizzare questo formato sia per fiche che per ppt: DREAM\_WP3\_Formazione\_PARTNER\_IT] |
| Video (se presente) | [link] |