**Izobraževalni Modul**

|  |  |
| --- | --- |
| **Naslov** | Oblikovalsko razmišljanje |
| **Ključne besede** | Design Process - Proces oblikovanja Creative Thinking - Ustvarjalno razmišljanje User-Centred - Uporabniško usmerjen Ideation - Idejno ustvarjanje Empathy - Empatija |
| **Narejeno s strani** | Found.ation |
| **Jezik** | Slovenski |
| **Training area** | **☒ Osnove digitalnega podjetništva v mikro-podjetniških okoljih****☒ Digitalno komuniciranje in grajenje blagovne znamke****☐ Digitalno finance** **☐ Kibernetska varnost** |
| **Učni cilji** | **EntreComp** |
| ☒ Ideje in priložnosti☒ Viri ☒ V akcijoPosebne kompetence, obravnavane: Odkrivanje priložnosti in idej, ustvarjalnost, reševanje problemov, vztrajnost, samo-učinkovitost |
| **DigComp** |
| ☐ Informacijska in podatkovna pismenost☒ Komunikacija in sodelovanje☐ Ustvarjanje digitalnih vsebin☒ Varnost☒ Reševanje problemovObravnavane specifične kompetence: Digitalna ustvarjalnost, Analiza podatkov, Oblikovanje problemov, Digitalna pismenost za učenje |
| **Nivo znanja** |
| ☐ Level 1 ☐ Level 2 | ☐ Level 3☐ Level 4 | ☐ Level 5☒ Level 6 | ☐ Level 7☐ Level 8 |
| **Osnovni** | **Srednji** | **Napredni** | **Strokovni** |
| **Opis** | Izobraževalni program o Oblikovalskem razmišljanju za MSP-je obsega tri module, ki se postopoma premikajo od ravni EOK 3 do 5. Modul 1 predstavi osnovna načela in procese oblikovalskega razmišljanja; Modul 2 se osredotoča na tehnike idej in izdelovanja prototipov, Modul 3 pa se poglablja v izvajanje in vpliv na inovacije v poslovanju. Program vključuje posebne kompetence iz DigComp 2.1 in EntreComp, udeležence opremi z digitalno pismenostjo in podjetniškim načinom razmišljanja. Ti moduli omogočajo strokovnjakom MSP-jev, da izkoristijo ustvarjalni potencial reševanja problemov oblikovalskega razmišljanja za oprijemljivo rast in inovacije v podjetju. |
| **Learning objectives** | * [ucilni cilji za ta modul; 3 cilji]
* Načrtovanje za izvedbo: Udeleženci se bodo naučili načrtovati in oblikovati učinkovite strategije izvedbe za vključevanje načel oblikovalskega razmišljanja v operacije njihovih MSP-jev. Zmožni bodo razviti ukrepe načrta za uresničevanje inovativnih idej.
* Poslovne inovacije: Ta modul si prizadeva za vzpostavitev globljega razumevanja, kako lahko oblikovalsko razmišljanje katalizira poslovne inovacije. Udeleženci bodo prepoznali priložnosti za inovacije v svojih organizacijah in raziskali načine za izkoriščanje oblikovalskega razmišljanja za spodbujanje rasti in konkurenčne prednosti.
* Merjenje in ocenjevanje vpliva oblikovanja: Udeleženci bodo pridobili veščine za merjenje in ocenjevanje vpliva oblikovalskega razmišljanja na svoje podjetje. To vključuje ocenjevanje učinkovitosti izvedenih rešitev in določanje njihove donosnosti, kar omogoča odločanje na podlagi podatkov.
* Oblikovalsko razmišljanje v praksi: Praktična uporaba je ključna, s primeri iz resničnega sveta in vajami, ki prikazujejo uporabo oblikovalskega razmišljanja v različnih poslovnih scenarijih. Udeleženci bodo pridobili praktične izkušnje pri uresničevanju metodologij oblikovalskega razmišljanja v svojih MSP-jih.
 |
| **Kazalo (3 ravni: Modul-Enota-Oddelki)** | **Modul: Oblikovanje razmišljanja**Enota 1: Uvod v oblikovanje razmišljanja Razdelek 1.1. Kaj je oblikovanje razmišljanja? Razdelek 1.2. Proces oblikovanja razmišljanja Razdelek 1.3. Opredelitev izzivov in prepoznavanje priložnostiEnota 2: Ideacija in izdelava prototipov Razdelek 2.1. Tehnike ideacije Razdelek 2.2. Razvoj koncepta Razdelek 2.3. Izdelava prototipov in testiranjeEnota 3: Implementacija in vpliv Razdelek 3.1. Oblikovanje za implementacijo Razdelek 3.2. Oblikovanje razmišljanja in poslovna inovacija Razdelek 3.3. Merjenje in vrednotenje vpliva oblikovanja |
| Content developed | **Modul: Oblikovanje razmišljanja****Enota 1: Uvod v oblikovalsko razmišljanje** **Razdelek 1.1. Kaj je oblikovalsko razmišljanje**? V tem razdelku bodo udeleženci pridobili temeljno razumevanje oblikovalskega razmišljanja, njegovega izvora in pomena pri reševanju problemov in inovacijah. Vsebina bo zajemala naslednje ključne točke:1. Uvod v oblikovalsko razmišljanje: Opredelite oblikovalsko razmišljanje kot človeku osredotočen, ustvarjalen pristop k reševanju problemov, ki daje prednost empatiji, sodelovanju in iteraciji.
2. Zgodovinski kontekst: Raziščite zgodovinski razvoj oblikovalskega razmišljanja, vključno z njegovimi koreninami v oblikovanju in razširitvijo v različna področja, kot so poslovanje, izobraževanje in zdravstvo.
3. Osnovna načela: Razložite osnovna načela, ki ležijo v osrčju oblikovalskega razmišljanja, vključno z empatijo do uporabnikov, poudarkom na iterativnem prototipiranju in osredotočenostjo na celostno oblikovanje problema.
4. Razlike od tradicionalnega reševanja problemov: Poudarite ključne razlike med oblikovalskim razmišljanjem in tradicionalnimi metodami reševanja problemov, kot je analitično reševanje problemov, s poudarkom na uporabniško usmerjeni in eksperimentalni naravi oblikovalskega razmišljanja.
5. Uporabe: Navedite primere, kako je bilo oblikovalsko razmišljanje uspešno uporabljeno v različnih industrijah in sektorjih, prikazujejoč njegovo vsestranskost in učinkovitost.

**Razdelek 1.2. Proces oblikovalskega razmišljanja**V tem razdelku se bodo udeleženci poglobili v osnovne elemente procesa oblikovalskega razmišljanja. Razstavil bo proces v svoje faze in raziščal vključene metodologije. Vsebina bo zajemala naslednje ključne točke:1. Uvod v proces oblikovalskega razmišljanja: Razložite, da je proces oblikovalskega razmišljanja strukturiran pristop k reševanju problemov in inovacijam, ki običajno vključuje več stopenj.
2. Faza 1: Empatija z uporabniki: Raziskujte pomembnost razumevanja potreb, vedenja in motivacij končnih uporabnikov. Udeleženci se bodo naučili izvajati raziskave uporabnikov, intervjuje in opazovanja, da bi razvili empatijo do ciljne publike.
3. Faza 2: Opredelitev izziva: Razpravljajte o pomembnosti opredelitve problema ali izziva na uporabniško osredotočen način. Udeleženci se bodo naučili, kako preoblikovati probleme v priložnosti in uporabiti tehnike, kot so opisi problemov in uporabniške osebnosti.
4. Faza 3: Ideacija: Uvedite fazo ideacije, kjer ustvarjalnost in brainstorming prevzameta osrednjo vlogo. Udeleženci se bodo naučili različne tehnike ideacije, kot so brainstorming, miselni zemljevidi in metoda SCAMPER, da bi generirali več inovativnih idej.
5. Faza 4: Prototipiranje: Razložite proces prevajanja idej v konkretnih prototipih. Udeleženci bodo raziskali različne vrste prototipov, od nizko-fidelnih skic do visoko-fidelnih modelov, in razumeli, kako prototipiranje omogoča testiranje in izboljšave.
6. Faza 5: Testiranje in povratne informacije: Poudarite pomen testiranja s končnimi uporabniki in zbiranja povratnih informacij. Udeleženci se bodo naučili, kako zbrati vpoglede končnih uporabnikov in jih uporabiti za izboljšanje in iteracijo svojih prototipov in konceptov.
7. Iterativna narava oblikovalskega razmišljanja: Poudarite, da proces oblikovalskega razmišljanja ni linearen, ampak iterativen, in da lahko vključuje ponovno obiskovanje in ponovno delo na stopnjah, ko se pridobivajo nove ugotovitve.

**Razdelek 1.3. Opredelitev izzivov in identifikacija priložnosti**V tem razdelku se bodo udeleženci poglabljali v kritične začetne korake oblikovalskega razmišljanja, ki vključujejo učinkovito oblikovanje problemov in identifikacijo priložnosti za inovacije. Vsebina bo zajemala naslednje ključne točke:Učinkovito oblikovanje problemov: Poudarite pomen oblikovanja problemov na način, ki spodbuja ustvarjalne in uporabniško osredotočene rešitve. Udeleženci se bodo naučili oblikovati problemne izjave, ki so jasne, specifične in usmerjene v potrebe ter izkušnje končnih uporabnikov.Empatija in uporabniška osredotočenost: Ponovite pomen empatije za končne uporabnike in njen vpliv pri razumevanju njihovih perspektiv. Udeleženci se bodo naučili izvajati uporabniške razgovore, ankete in opazovanja, da bi pridobili globlje vpoglede v izzive, s katerimi se srečujejo uporabniki.Uporabniške osebnosti: Predstavite koncept uporabniških osebnosti, ki so fiktivni prikazi tipičnih uporabnikov. Udeleženci se bodo naučili ustvarjati in uporabljati uporabniške osebnosti, da bi bolje razumeli in sočustvovali z različnimi potrebami svoje ciljne publike.Tehnike preoblikovanja problemov: Zagotovite tehnike in orodja za preoblikovanje problemov in izzivov. Razpravljajte o pristopih, kot so "Kako bi lahko" (HMW) vprašanja, seje brainstorminga in uporaba oblikovalskih nalog za spodbujanje inovativnega razmišljanja.Identifikacija priložnosti: Pojasnite, kako oblikovalsko razmišljanje ne obravnava le obstoječih problemov, ampak tudi odkriva priložnosti za inovacije. Udeleženci se bodo naučili prepoznavati neizpolnjene potrebe in potencialna področja izboljšav, ki morda niso takoj očitna.Primeri iz resničnega sveta: Delite primeri iz resničnega sveta, da bi ilustrirali učinkovito oblikovanje problemov in vpliv uporabniško osredotočenega razmišljanja pri identifikaciji priložnosti.**Enota 2: Ideacija in prototipiranje****Razdelek 2.1. Tehnike ideacije**Ta razdelek je osredotočen na spodbujanje ustvarjalnosti in generiranje idej z različnimi tehnikami ideacije. Udeležence spodbuja k razmišljanju zunaj okvirjev in generiranju inovativnih rešitev. Vsebina bo zajemala naslednje ključne točke:Pomen ideacije: Poudarite pomembnost ideacije kot kreativnega procesa za generiranje širokega spektra idej. Razpravljajte, kako je ideacija ključen korak v procesu oblikovalskega razmišljanja.Brainstorming: Predstavite koncept brainstorminga kot skupinsko dejavnost, ki spodbuja udeležence, da delijo ideje brez presoje. Razložite pravila brainstorminga, kot so preložitev presoje in cilj kvantitete pred kakovostjo v začetni fazi.Mind mapping: Opišite tehniko mind mappinga, ki udeležencem pomaga vizualno organizirati svoje misli in ideje. Pojasnite, kako lahko mind mape uporabimo za raziskovanje odnosov med koncepti in odkrivanje skritih povezav.Metoda SCAMPER: Predstavite metodo SCAMPER, ki je kratica za različne načine kreativnega reševanja problemov: Zamenjaj, Kombiniraj, Prilagodi, Spremeni, Uporabi drugače, Odstrani in Preobrni. Razložite, kako lahko vsak element SCAMPER uporabimo za generiranje inovativnih idej.Storyboarding: Razpravljajte o storyboardingu kot tehniki za vizualizacijo idej in konceptov v pripovedni obliki. Pojasnite, kako lahko storyboarding pomaga pri razumevanju uporabniških izkušenj in scenarijev.Kreativna ideacija: Poudarite prednosti sej kreativne ideacije, kjer se združujejo različne perspektive in strokovna znanja za generiranje različnih idej. Razpravljajte, kako lahko ekipa s prečno funkcionalnostjo izboljša ustvarjalnost.Kreativne omejitve: Raziskujte uporabo kreativnih omejitev ali omejitev za spodbujanje inovativnega razmišljanja. Udeleženci se bodo naučili, kako omejitve vodijo k edinstvenim in izvirnim rešitvam.Praktične vaje: Vključite praktične vaje in primerne študije, da udeležencem omogočite, da vadijo tehnike ideacije. Spodbujajte jih, da uporabijo brainstorming, mind mapping in SCAMPER pri izzivih iz resničnega sveta.**Razdelek 2.2. Razvoj konceptov**V tem razdelku se bodo udeleženci preusmerili iz ideacije v strukturiran razvoj konceptov na podlagi idej, generiranih v prejšnjem razdelku. Vsebina bo zajemala naslednje ključne točke:Proces razvoja konceptov: Predstavite fazo razvoja koncepta kot korak po ustvarjalnosti, kjer udeleženci izpopolnijo in strukturirajo svoje ideje v izvedljive koncepte in rešitve.Uporabniške osebnosti in potrebe: Ponovite pomen razumevanja uporabniških osebnosti in njihovih potreb. Pojasnite, kako ta informacija služi kot temelj za razvoj uporabniško osredotočenih konceptov.Storyboarding in uporabniški scenariji: Razpravljajte, kako vam lahko storyboarding in ustvarjanje uporabniških scenarijev pomagata vizualizirati, kako bodo koncepti naslovili potrebe in izzive končnih uporabnikov. Udeleženci se bodo naučili ustvarjati storyboarde, ki prikazujejo uporabnikovo potovanje in interakcijo z predlaganimi rešitvami.Oblikovalske naloge: Pojasnite koncept oblikovalskih nalog, ki zagotavljajo jasen in kratek povzetek problema, ciljne publike in predlagane rešitve. Udeleženci se bodo naučili, kako ustvariti učinkovite oblikovalske naloge, ki vodijo razvoj koncepta.Prioritizacija in izvedljivost: Razpravljajte o prioritetizaciji konceptov glede na izvedljivost, zaželenost in izvedljivost kriterijev. Udeleženci bodo ocenili izvedljivost izvedbe vsakega koncepta znotraj organizacijskih virov in omejitev.Razmisleki o prototipiranju: Predstavite idejo, da bi moral razvoj koncepta ustrezati fazi prototipiranja, pri čemer poudarite potrebo po razmisleku o tem, kako se bo koncept prenesel v oprijemljive prototipe.Iterativno izpopolnjevanje: Poudarite iterativno naravo razvoja konceptov v oblikovalskem razmišljanju. Udeleženci bodo razumeli, da se koncepti lahko razvijejo in spremenijo, ko prejmejo povratne informacije in se testirajo pri končnih uporabnikih.Praktična uporaba: Vključite praktične vaje in primerne študije, da udeležencem omogočite, da vadijo razvoj konceptov. Spodbujajte jih, da ustvarijo konceptualne načrte, storyboarde in oblikovalske naloge za izbrane ideje.**Razdelek 2.3. Prototipiranje in testiranje**V tem razdelku se bodo udeleženci poglobili v praktične vidike preoblikovanja konceptov v oprijemljive prototipe ter pomen testiranja uporabnikov v procesu oblikovalskega razmišljanja. Vsebina bo zajemala naslednje ključne točke:1. Uvod v prototipiranje: Opredelite prototipiranje kot ustvarjanje oprijemljivih predstavitev konceptov za vizualno ali funkcionalno testiranje idej. Poudarite, da se prototipi lahko razlikujejo po zvestobi, od nizko zvestih skic do visoko zvestih modelov.
2. Vrste prototipov: Raziščite različne vrste prototipov, vključno s papirnimi prototipi, ogrodji, maketami in funkcionalnimi prototipi. Pojasnite prednosti in ustrezne primere uporabe vsake vrste.
3. Orodja in programska oprema za prototipiranje: Predstavite različna orodja in programsko opremo za prototipiranje, ki lahko pomagajo pri ustvarjanju digitalnih prototipov. Udeleženci se bodo seznanili z orodji, kot so Adobe XD, Sketch in Figma.
4. Testiranje uporabnikov in povratne informacije: Poudarite pomembnost vključevanja končnih uporabnikov v proces testiranja. Pojasnite, kako testiranje uporabnikov pomaga identificirati težave z uporabnostjo, zbirati povratne informacije in potrjevati učinkovitost oblikovanja.
5. Oblikovanje testnih scenarijev: Razpravljajte o načrtovanju testnih scenarijev in nalog za testiranje uporabnikov. Udeleženci se bodo naučili, kako strukturirati seje testiranja uporabnikov, da zberejo specifične vpoglede.
6. Iterativno prototipiranje: Poudarite, da je postopek iterativen, kar pomeni, da se prototipi izboljšujejo na podlagi povratnih informacij uporabnikov. Poudarite vrednost nenehnih izboljšav oblikovanja.
7. Načela uporabnosti: Predstavite temeljna načela uporabnosti, kot so preprostost, doslednost in povratne informacije, ki jih udeleženci morajo upoštevati pri ustvarjanju in testiranju prototipov.
8. Zbiranje in analiza povratnih informacij: Pojasnite, kako zbirati povratne informacije uporabnikov, dokumentirati opazovanja in analizirati rezultate sej testiranja uporabnikov. Razpravljajte o tehnikah za sintetiziranje in prioriziranje povratnih informacij.
9. Izpopolnjevanje in iteracija: Poudarite pomembnost uporabe povratnih informacij uporabnikov za izboljšanje prototipov. Spodbujajte udeležence, da iterirajo in izboljšajo svoje oblikovanje na podlagi rezultatov testiranja.
10. Praktične vaje prototipiranja: Vključite praktične vaje, ki udeležencem omogočajo ustvarjanje prototipov in izvajanje testiranja uporabnikov. To lahko vključuje ustvarjanje nizko zvestih papirnih prototipov ali digitalnih prototipov s pomočjo programske opreme za prototipiranje.

**Razdelek 3: Izvedba in povratne informacije** **Razdelek 3.1. Načrtovanje za izvedbo**Ta oddelek se osredotoča na načrtovanje in strategije za izvajanje Oblikovalskega razmišljanja v organizaciji ter poudarja pomen strukturiranega pristopa, da inovativne rešitve postanejo resničnost. Vsebina bo zajemala naslednje ključne točke:1. Uvod v načrtovanje za izvedbo: Opredelitev koncepta "Načrtovanje za izvedbo" kot faze, ki sledi ideaciji in razvoju koncepta. Ta oddelek vključuje pretvorbo inovativnih idej v izvedljive načrte.
2. Usklajevanje z organizacijskimi cilji: Poudarek na potrebi po usklajevanju med rešitvami, razvitimi s pomočjo Oblikovalskega razmišljanja, in širšimi cilji ter nalogami organizacije. Udeleženci se bodo naučili, kako zagotoviti, da njihove iniciative prispevajo k strateški smeri organizacije.
3. Razporejanje virov: Razprava o razporejanju virov, vključno s časom, proračunom in osebjem, za podporo izvedbi rešitev Oblikovalskega razmišljanja. Udeleženci bodo raziskali strategije za učinkovito upravljanje virov.
4. Načrtovanje projekta: Predstavitev koncepta načrtovanja projekta, vključno z opredelitvijo obsega projekta, časovnicami in ključnimi mejniki. Udeleženci se bodo naučili, kako ustvariti načrt projekta, ki opredeljuje korake, potrebne za izvedbo.
5. Medsektorsko sodelovanje: Poudarek na pomembnosti medsektorskega sodelovanja in skupinskega dela v fazi izvedbe. Udeleženci bodo razumeli, kako morajo različni oddelki in deležniki sodelovati, da bi prinesli rešitve Oblikovalskega razmišljanja v realizacijo.
6. Upravljanje sprememb: Obravnava izzivov organizacijskih sprememb, ki se lahko pojavijo med izvajanjem inovativnih rešitev. Razprava o strategijah za obvladovanje upora proti spremembam in zagotavljanje gladkega prehoda.
7. Ocenjevanje tveganj: Pojasnitev pomena izvedbe ocene tveganja za identifikacijo potencialnih izzivov ali ovir pri izvedbi. Udeleženci se bodo naučili, kako omiliti tveganja in načrtovati za primere izrednih razmer.
8. Spremljanje in ocenjevanje: Razprava o potrebi po stalnem spremljanju in ocenjevanju izvedbenega procesa. Udeleženci bodo raziskali ključne kazalnike uspešnosti (KPI-ji) in evalvacijske metrike za merjenje napredka in uspeha iniciativ.
9. Komunikacija in poročanje: Poudarek na pomenu jasne in učinkovite komunikacije med fazo izvedbe. Udeleženci se bodo naučili, kako ustvariti redna poročila o napredku in komunicirati posodobitve deležnikom.
10. Dokumentacija in prenos znanja: Poudarek na pomembnosti dokumentiranja procesa izvedbe, vključno z naučenimi lekcijami in najboljšimi praksami. Udeleženci bodo razumeli, kako olajšati prenos znanja v organizaciji.
11. Praktična uporaba: Vključitev primerov študij in praktičnih vaj, ki udeležencem omogočajo razvoj načrtov izvedbe za rešitve Oblikovalskega razmišljanja, ki so relevantne za njihove organizacije.

**Oddelek 3.2. Merjenje in ocenjevanje vpliva oblikovanja**V tem odseku se udeleženci naučijo oceniti vpliv iniciativ Oblikovalskega razmišljanja v svojih organizacijah. Poudarek je na merjenju učinkovitosti rešitev in razumevanju njihovega prispevka k poslovnim ciljem. Vsebina bo zajemala naslednje ključne točke:1. Pomen merjenja: Poudarek na pomenu merjenja vpliva iniciativ Oblikovalskega razmišljanja, da bi zagotovili, da so prizadevanja usklajena z organizacijskimi cilji in upravičili investicije.
2. Opredelitev ključnih kazalnikov uspešnosti (KPI-jev): Pojasnitev procesa identifikacije in opredelitve specifičnih KPI-jev, ki se bodo uporabljali za merjenje uspeha projektov Oblikovalskega razmišljanja. Udeleženci se bodo naučili postaviti jasne, merljive cilje.
3. Zbiranje podatkov in analiza: Razprava o metodah in orodjih za zbiranje relevantnih podatkov za sledenje KPI-jev. Udeleženci bodo prav tako raziskali, kako analizirati podatke, da bi pridobili vpogled v uspešnost in učinkovitost iniciativ.
4. Kvalitativna ocena: Poudarek na vrednosti kvalitativnih metod ocenjevanja, kot so povratne informacije uporabnikov in zadovoljstvo anketirancev, pri razumevanju vpliva rešitev Oblikovalskega razmišljanja na uporabniške izkušnje.
5. Kvantitativne metrike: Predstavitev različnih kvantitativnih meril, ki se lahko uporabljajo za merjenje vpliva Oblikovalskega razmišljanja, vključno z metrikami, povezanimi z dohodkom, prihranki, izboljšavami učinkovitosti in angažiranostjo strank.
6. Primerjava z drugimi: Pojasnitev koncepta primerjave z drugimi, ki vključuje primerjavo uspešnosti iniciativ Oblikovalskega razmišljanja z industrijskimi standardi ali konkurenti. Udeleženci se bodo naučili uporabljati primerjave za oceno relativne uspešnosti.
7. Povratne zanke: Poudarek na pomenu ustvarjanja povratnih zank znotraj organizacije za neprekinjeno zbiranje vpogledov in izboljšanje učinka projektov Oblikovalskega razmišljanja.
8. Poročanje in vizualizacija: Razprava o učinkoviti komunikaciji rezultatov preko poročanja in vizualizacije. Udeleženci se bodo naučili, kako jasno in razumljivo predstaviti ugotovitve deležnikom.
9. Prilagajanje in iteracija: Ocena procesa bi morala voditi k prilagoditvam in iteracijam iniciativ Oblikovalskega razmišljanja. Razprava o tem, kako organizacije lahko uporabijo rezultate ocenjevanja za izboljšanje prihodnjih projektov.
10. Primeri iz resničnega sveta: Delitev primerov študij iz resničnega sveta, ki prikazujejo merjenje in ocenjevanje vpliva Oblikovalskega razmišljanja ter kako je to vodilo do izboljšav pri oblikovanju izdelka, storitve ali procesa.
11. Praktična uporaba: Vključitev praktičnih vaj, ki udeležencem omogočajo opredelitev KPI-jev in ustvarjanje načrtov merjenja za iniciative Oblikovalskega razmišljanja, ki so relevantne za njihove organizacije.
 |
| **5 vpisov v slovarček** | **Oblikovalsko razmišljanje.** Oblikovalsko razmišljanje je človeku osredotočen pristop k reševanju problemov in inovacijam, ki daje prednost sočutju do končnih uporabnikov, sodelovanju in eksperimentiranju. Vključuje strukturiran proces razumevanja potreb uporabnikov, ustvarjanja kreativnih rešitev, izdelave prototipov in preizkušanja, da bi prišli do inovativnih oblik in rešitev.**Uporabniška oseba.** Uporabniška oseba je fiktivni prikaz tipičnega končnega uporabnika ali stranke. Vključuje demografske informacije, vedenja, cilje in točke bolečine. Uporabniške osebe se uporabljajo v oblikovalskem razmišljanju, da bi bolje razumeli in sočustvovali s ciljno skupino.**Ideacija.** Ideacija je ustvarjalni proces generiranja širokega nabora idej in rešitev, pogosto v seji možganjega neurja. Gre za ključno fazo v oblikovalskem razmišljanju, kjer udeleženci ciljajo na svobodno in ekspanzivno razmišljanje, da bi naslovili identificirane izzive.**Prototipiranje.** Prototipiranje vključuje ustvarjanje oprijemljivih predstavitev konceptov ali rešitev, ki segajo od nizke do visoke verodostojnosti. Prototipi se uporabljajo za testiranje in potrjevanje idej, pri čemer pomagajo ekipam vizualizirati in izboljšati svoje oblikovanje pred izvedbo.**Ključni kazalnik uspešnosti (KPI).** KPI je merljiva metrika, ki se uporablja za oceno uspešnosti in vpliva projekta, iniciative ali organizacije. V oblikovalskem razmišljanju se KPI-ji vzpostavijo za kvantitativno merjenje uspeha in učinkovitosti rešitev, razvitih skozi proces, kar pomaga oceniti njihov vpliv na uporabniške izkušnje ali poslovne rezultate. |
| **5 vprašanj za samoocenjevanje s več možnimi izbirami** | **Vprašanje 1. Kaj je osrednje fokusiranje Oblikovalskega razmišljanja?**Možnost a: Učinkovitost in zmanjšanje stroškovMožnost b: Reševanje problemov z osredotočenostjo na uporabnike in inovacijeMožnost c: Konkurenca in analiza trgaMožnost d: Upravljanje projektov in razporejanje virov**Pravilna možnost: b****Vprašanje 2. Kaj je namen ustvarjanja uporabniških person v** Oblikovalskem razmišljanju?Možnost a: Ustvariti fiktivne like za pripovedovanje zgodbMožnost b: Razumeti demografske podatke uporabnikovMožnost c: Empatizirati in bolje razumeti ciljno občinstvoMožnost d: Generirati marketinško gradivo**Pravilna možnost: c****Vprašanje 3. Katera faza Oblikovalskega razmišljanja vključuje** ustvarjalno generiranje idej in rešitev?Možnost a: EmpatiziranjeMožnost b: DefiniranjeMožnost c: IdeacijaMožnost d: Prototipiranje**Pravilna možnost: c****Vprašanje 4. Kakšen je glavni namen prototipiranja v Oblikovalskem razmišljanju?**Možnost a: Ustvariti končne različice izdelkovMožnost b: Vizualizacija in izboljšava idejMožnost c: Izvajanje tržnih raziskavMožnost d: Generiranje uporabniških person**Pravilna možnost: b****Vprašanje 5. Kaj merijo KPI-ji (Ključni kazalniki uspešnosti) v kontekstu Oblikovalskega razmišljanja?**Možnost a: Stroški implementacije rešitveMožnost b: Število sej brainstormingaMožnost c: Uspeh in vpliv rešitev na uporabniške izkušnje ali poslovne rezultateMožnost d: Število ustvarjenih uporabniških person**Pravilna možnost: c** |
| **Bibliografija in dodatne reference** | 1. IDEO, <https://designthinking.ideo.com/>
2. IDEO.org, The Field Guide to Human-Centered Design. A step-by-step guide that will get you solving problems like a designer, <https://www.designkit.org/resources/1.html>
3. Tim Brown, [June 2008](https://hbr.org/archive-toc/BR0806), Harvard Business Review, Design Thinking - Thinking like a designer can transform the way you develop products, services, processes—and even strategy. <https://hbr.org/2008/06/design-thinking>
 |
| **Povezano gradivo** | [indicate here the name of the ppt file that accompanies this course; please use this format both for fiche and ppt: DREAM\_WP3\_Training\_PARTNER\_EN] |
| **Video (če obstaja)** | [povezava] |