



BA600

## ДИЗАЙН МИСЛЕНЕ

Приета: Прот. №18/25.09.2024

Лектор: Доц. д-р Виляна Русева

### АНОТАЦИЯ

Дисциплината **Дизайн мислене** (Design Thinking) е подход за решаване на проблеми, който поставя човека в центъра на процеса. Тя е насочена към създаване на иновации, базирани на дълбокото разбиране на нуждите и поведението на потребителите. Процесът включва пет основни етапа: емпатия (разбиране на потребителите), дефиниране на проблема, генериране на идеи, прототипиране и тестване. Курсът се фокусира върху креативността, изследване и анализ на реални потребителски нужди, както и на създаването на иновативни решения, които са не само функционални, но и смислени за потребителите. Студентите ще работят както индивидуално, така и в екипи по реални проекти, преминавайки през целия процес на дизайн мислене. Дисциплината също така развива умения за колаборация, критично мислене и итеративен подход към решаване на проблеми. Нейната цел е да подготви студентите да мислят креативно, да създават решения, които са устойчиви и ориентирани към бъдещето, и да прилагат метода в различни контексти – от продуктови иновации до социални предизвикателства.

### ОСНОВНИ ЦЕЛИ И ИЗХОДНИ УЧЕБНИ РЕЗУЛТАТИ

#### Основни цели на дисциплината „Дизайн мислене“:

- **Развитие на креативното мислене:** студентите да овладеят процеса на създаване на иновативни решения чрез генериране на нови идеи.
- **Фокус върху потребителя:** насърчаване на студентите да развият умения за емпатия и дълбоко разбиране на нуждите и желанията на потребителите.
- **Развитие на практически умения:** придобиване на умения за прототипиране, тестване и итерация на идеи.
- **Решаване на сложни проблеми:** студентите ще се научат да анализират сложни проблеми и да намират иновативни решения чрез структурирани методологии.
- **Работа в екип:** подобряване на комуникативните умения и сътрудничеството чрез работа по проекти в екип.
- **Адаптивност и гъвкавост:** овладяване на итеративния процес, който насърчава постоянно подобрене на решенията.
- **Приложимост на знанията в различни контексти:** студентите ще могат да прилагат дизайн мисленето както в бизнес, така и в социални и технологични контексти.
- **Развитие на критично мислене:** Развиване на способността за критично оценяване на идеи и решения.
- **Практическо приложение на наученото:** използване на реални казуси и предизвикателства за практическо прилагане на знанията.
- **Подготовка за иновации и предприемачество:** подготовка на студентите за водещи роли в иновационни процеси и предприемачество.

### Исходни учебни резултати:

- **Разбиране на процеса на дизайн мислене:** студентите ще могат да идентифицират и прилагат основните етапи на процеса на дизайн мислене.
- **Умения за емпатия и проучване на потребители:** студентите ще демонстрират способност да провеждат проучвания и интервюта с цел разбиране на потребителските нужди.
- **Генериране на идеи и решения:** студентите ще могат да използват техники за брейнсторминг и генериране на идеи за решаване на проблеми.
- **Прототипиране и тестване:** способност за създаване на прототипи и провеждане на тестове с потребители.
- **Анализ и оценка на решения:** студентите ще могат да оценяват ефективността на предложените решения и да ги подобряват чрез итерации.
- **Комуникация и презентация:** студентите ще могат да представят своите идеи и решения пред аудитория по структуриран и убедителен начин.
- **Работа в екип:** способност за ефективна работа в екип и координация на проектни задачи.
- **Прилагане на дизайн мисленето в различни контексти:** студентите ще бъдат способни да адаптират процеса на дизайн мислене към различни сфери на работа и индустрии.
- **Критично мислене и иновативност:** студентите ще развият умения за критично мислене и иновации в решаването на комплексни проблеми.
- **Предприемаческо мислене:** развиване на предприемачески умения, приложими в създаването на нови продукти или услуги.

### ПРЕДПОСТАВКИ

Дисциплината изисква базови познания по маркетинг, потребителско поведение, управление на услуги, бизнес етика и социална отговорност, управление на иновации, информационни технологии.

### СТАТУТ И СТРУКТУРА

специалност	статут	Кредити	редовно и дистанционно обучение				заочно обучение			
			л	с	у	общ	л	с	у	общ
Маркетинг	Задължителна	6	30	30		60	30			30

### СЪДЪРЖАНИЕ НА КУРСА

#### Тема 1. Въведение в Design Thinking

История и развитие на Design Thinking. Основни етапи: Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test. Разлики между традиционното проектиране и подхода на Design Thinking. Приложение в различни индустрии

#### Тема 2. Емпатия и потребителски проучвания

Емпатия и нейното значение в процеса на дизайн. Техники за проучване: наблюдение, интервюта, shadowing (наблюдаване на потребителите). Разбиране на емоционалните и функционалните нужди на потребителите

#### Тема 3. Дефиниране на проблема.

Как да трансформираме данните от емпатията в дефиниране на проблем. Техники за създаване на ясна "Problem Statement". Разлика между широки и тесни дефиниции на проблемите. Методология "How Might We..." за формулиране на въпроси, които водят към решения.

#### **Тема 4. Генериране на идеи (Ideation)**

Различни техники за генериране на идеи: брейнсторминг, mind mapping, SCAMPER. Ролята на дивергентното и конвергентното мислене в процеса на идеи. Как да стимулираме креативността в екипа. Оценка и приоритизация на идеи.

#### **Тема 5. Прототипиране**

Видове прототипи: ниска и висока точност (low-fidelity и high-fidelity). Инструменти и техники за създаване на прототипи. Ролята на итерациите в прототипирането. Създаване на модели, макети и дигитални прототипи.

#### **Тема 6. Тестване на решения**

Как да подготвим и проведем тестове с потребители. Събиране и анализ на обратна връзка. Идентифициране на проблеми и възможности за подобрене. Преход от тестване към итерации.

#### **Тема 7. Итерации и оптимизиране на решенията.**

Как да използваме обратната връзка за подобрене на решенията. Итеративен процес: от тест към нови версии на прототипа. Примери за успешни итерации и подобрения в дизайна

#### **Тема 8. Интеграция на Design Thinking в бизнеса**

Как Design Thinking подпомага иновациите в бизнеса. Връзка между Design Thinking и бизнес моделирането. Case studies за прилагане на Design Thinking в големи компании

#### **Тема 9. Социални иновации и устойчиво развитие**

Приложение на Design Thinking за решаване на обществени проблеми. Устойчиво развитие и иновации. Проекти за социално въздействие.

#### **Тема 10. Финален проект и презентация**

Прилагане на цялостния процес на Design Thinking в реален контекст. Презентационни умения и визуална комуникация. Оценка на въздействието на предложеното решение.

## **ПЛАНИРАНИ УЧЕБНИ ДЕЙНОСТИ И МЕТОДИ НА ОБУЧЕНИЕ**

Дисциплината „Дизайн мислене“ включва интерактивни лекции, които представят основните концепции и етапи на процеса, като същевременно използват примери от реалния свят. Студентите участват в групови дискусии и/или анализи на казуси, за да приложат теоретичните знания на практика. Основен акцент се поставя върху работа в екип, като студентите разработват проекти чрез всички етапи на дизайн мисленето – от генериране на идеи до прототипиране и тестване. Практическите упражнения и работилници позволяват на студентите да създават прототипи и да ги усъвършенстват чрез итерации. Те също така представят и защитават своите проекти, което развива уменията им за комуникация и убедителност. През целия курс се получава обратна връзка, която насърчава итеративния процес на подобрене. Индивидуалните задачи включват проучвания и анализи на различни теми, свързани с дизайн мисленето. Използването на онлайн платформи за сътрудничество допринася за по-лесната координация в екипите (например Miro или Figma). Студентите усвояват както практически, така и теоретични умения, които могат да прилагат в различни контексти.

## МЕТОДИ ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

Основният метод за оценяване е базиран на разработените проекти. Студентите ще бъдат оценявани за техния процес на генериране на идеи, прототипиране и тестване на решения, като се взема предвид тяхната иновационна стойност и приложимост.

## ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА

1. Русева, В. (2024). Дизайн мислене. Платформа Moodle, Бургаски свободен университет

## ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Русева В., Съвременни предизвикателства пред маркетинга и предприемачеството, 2022
2. Русева В., Въведение в социалното предприемачество, 2022
3. Brown, T., 2009. Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. New York: HarperBusiness.
4. Norman, D., 2013. The Design of Everyday Things. Revised ed. New York: Basic Books.
5. Kelley, T. and Kelley, D., 2013. Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All. New York: Crown Business.
6. Knapp, J., Zeratsky, J. and Kowitz, B., 2016. Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days. New York: Simon & Schuster.
7. Lockwood, T., 2010. Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value. New York: Allworth Press.
8. IDEO.org, 2015. The Field Guide to Human-Centered Design. San Francisco: IDEO.
9. Stickdorn, M. and Schneider, J., 2012. This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases. Amsterdam: BIS Publishers.
10. Ries, E., 2011. The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. New York: Crown Business.
11. Mootee, I., 2013. Design Thinking for Strategic Innovation: What They Can't Teach You at Business or Design School. Hoboken, NJ: Wiley.
12. Kelley, T., 2001. The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm. New York: Currency/Doubleday.



BA600

**ДИЗАЙН МИСЛЕНЕ**

1. Въведение в Design Thinking
2. История и развитие на Design Thinking.
3. Основни етапи: Empathize, Define, Ideate, Prototype, Test.
4. Разлики между традиционното проектиране и подхода на Design Thinking.
5. Приложение в различни индустрии
6. Емпатия и потребителски проучвания.
7. Емпатия и нейното значение в процеса на дизайн.
8. Техники за проучване: наблюдение, интервюта, shadowing (наблюдаване на потребителите).
9. Разбиране на емоционалните и функционалните нужди на потребителите
10. Дефиниране на проблема.
11. Как да трансформираме данните от емпатията в дефиниране на проблем. Техники за създаване на ясна "Problem Statement". Разлика между широки и тесни дефиниции на проблемите. Методология "How Might We..." за формулиране на въпроси, които водят към решения.
12. Генериране на идеи (Ideation)
13. Различни техники за генериране на идеи: брейнсторминг, mind mapping, SCAMPER. Ролята на дивергентното и конвергентното мислене в процеса на идеи.
14. Стимулиране креативността в екипа.
15. Оценка и приоритизация на идеи
16. Прототипиране
17. Видове прототипи: ниска и висока точност (low-fidelity и high-fidelity).
18. Инструменти и техники за създаване на прототипи.
19. Ролята на итерациите в прототипирането.
20. Създаване на модели, макети и дигитални прототипи.
21. Тестване на решения
22. Подготовка на тестове с потребители.
23. Събиране и анализ на обратна връзка.
24. Идентифициране на проблеми и възможности за подобрение.
25. Преход от тестване към итерации.
26. Итерации и оптимизиране на решенията.
27. Итеративен процес: от тест към нови версии на прототипа.
28. Примери за успешни итерации и подобрения в дизайна
29. Интеграция на Design Thinking в бизнеса

30. Връзка между Design Thinking и бизнес моделирането.
31. Прилагане на Design Thinking в големи компании
32. Социални иновации и устойчиво развитие
33. Приложение на Design Thinking за решаване на обществени проблеми.
34. Устойчиво развитие и иновации. Проекти за социално въздействие.

## ОСНОВНА ЛИТЕРАТУРА

1. Русева, В. (2024). Дизайн мислене. Платформа Moodle, Бургаски свободен университет

## ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Русева В., Съвременни предизвикателства пред маркетинга и предприемачеството, 2022
2. Русева В., Въведение в социалното предприемачество, 2022
3. Brown, T., 2009. Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. New York: HarperBusiness.
4. Norman, D., 2013. The Design of Everyday Things. Revised ed. New York: Basic Books.
5. Kelley, T. and Kelley, D., 2013. Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All. New York: Crown Business.
6. Knapp, J., Zeratsky, J. and Kowitz, B., 2016. Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days. New York: Simon & Schuster.
7. Lockwood, T., 2010. Design Thinking: Integrating Innovation, Customer Experience, and Brand Value. New York: Allworth Press.
8. IDEO.org, 2015. The Field Guide to Human-Centered Design. San Francisco: IDEO.
9. Stickdorn, M. and Schneider, J., 2012. This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases. Amsterdam: BIS Publishers.
10. Ries, E., 2011. The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. New York: Crown Business.
11. Mootee, I., 2013. Design Thinking for Strategic Innovation: What They Can't Teach You at Business or Design School. Hoboken, NJ: Wiley.
12. Kelley, T., 2001. The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm. New York: Currency/Doubleday.