

**Opis poszczególnych przedmiotów lub grup przedmiotów dla studiów podyplomowych
pn. *Total Design Management* prowadzonych w Szkole Biznesu Politechniki
Warszawskiej**

1.	Nazwa przedmiotu lub grupy przedmiotu	Moduł Wprowadzający (MW)
2.	Tryb prowadzenia zajęć (zdalny/stacjonarny)	Stacjonarny
3.	Liczba punktów ECTS przypisana do przedmiotu lub grupy przedmiotów	3
4.	Formy prowadzenia zajęć dla przedmiotu lub grupy przedmiotu z przypisaną liczbą godzin	Wykład (10h), Ćwiczenia (5h)
5.	Treści programowe dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	
Integracja – biznes mixer: zajęcia wprowadzające/integrujące uczestników		
Design Thinking		
• Wprowadzenie do Design Thinking; • Empatia: Zrozumienie użytkowników i ich potrzeb - techniki zbierania informacji o użytkownikach (wywiady, obserwacje, badania etnograficzne), tworzenie map empatii i person użytkowników; • Definiowanie problemu; • Generowanie pomysłów; • Prototypowanie i testowanie.		
Elementy ekonomii		
• Podstawowe pojęcia ekonomiczne; • Rozwój gospodarczy i polityka gospodarcza; • Kluczowe trendy we współczesnej gospodarce; • Modele rozwojowe, rola innowacji i marki.		
Design Management		
• Definicja i rola Design Management w organizacji; • Design jako element strategii biznesowej; • Procesy i modele w zarządzaniu designem.		
6.	Formy weryfikacji i oceny osiąganych efektów kształcenia (warunki i sposób zaliczenia)	
Dyskusja podczas zajęć i projekt końcowy		
7.	Efekty uczenia się przypisane do tych przedmiotów lub grup przedmiotów i ich odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów podyplomowych	
Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów		Opis efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów
Symbol efektu uczenia się dla programu studiów podyplomowych		
Wiedza		
MW_W01	Ma wiedzę na temat metodologii Design Thinking i jej etapów; wie, jak Design Thinking wspiera innowacyjne podejście do rozwiązywania problemów, szczególnie w kontekście projektowania produktów, usług i doświadczeń użytkowników.	TDM_W01 TDM_W02 TDM_W03
MW_W02	Zna kluczowe narzędzia i techniki stosowane w Design Thinking, takie jak mapowanie empatii, tworzenie person, burze mózgów, prototypowanie i testowanie.	TDM_W03
MW_W03	Posiada podstawową wiedzę z zakresu ekonomii, zna kluczowe pojęcia ekonomiczne, mechanizmy rynkowe oraz zasady funkcjonowania gospodarki.	TDM_W01

MW_W04	Zna współczesne trendy gospodarcze oraz rozumie znaczenie polityki gospodarczej, innowacji i marek w kontekście rozwoju ekonomicznego.	TDM_W01
MW_W05	Zna główne koncepcje i podejścia związane z wykorzystaniem wzornictwa i myślenia projektowego jako narzędzi tworzenia wartości biznesowej.	TDM_W01 TDM_W02
MW_W06	Rozumie ewolucję roli designu i kompetencji projektowych w organizacjach oraz ich wpływ na konkurencyjność i rozwój przedsiębiorstw.	TDM_W02
Umiejętności		
MW_U01	Potrafi w praktyce stosować techniki Design Thinking, w tym przeprowadzanie wywiadów z użytkownikami, mapowanie doświadczeń, burze mózgów, prototypowanie oraz testowanie rozwiązań, wie jak angażować interesariuszy w tym procesie i uwzględniać potrzeby użytkowników w tworzeniu innowacyjnych rozwiązań.	TDM_U02 TDM_U03
MW_U02	Potrafi analizować podstawowe zjawiska i procesy gospodarcze oraz interpretować ich wpływ na działalność przedsiębiorstw i rozwój rynków.	TDM_U01 TDM_U03
MW_U03	Umie rozpoznać czynniki wpływające na wzrost gospodarczy i innowacyjność, z uwzględnieniem roli marek oraz modeli rozwoju w różnych kontekstach ekonomicznych.	TDM_U02 TDM_U03
MW_U04	Potrafi identyfikować korzyści wynikające z zastosowania wzornictwa w różnych obszarach działalności organizacji.	TDM_U01 TDM_U02
MW_U05	Umie interpretować zmieniającą się rolę designu w strategii biznesowej oraz dostosowywać podejścia projektowe do potrzeb i celów organizacji.	TDM_U01 TDM_U03
Kompetencje społeczne		
MW_K01	Jest przygotowany do współpracy i komunikacji w zespole projektowym, dzielenia się pomysłami, rozwiązywania problemów i wspólnego podejmowania decyzji.	TDM_K01 TDM_K03
MW_K02	Rozwija zdolności do rozumienia i wczuwania się w potrzeby oraz problemy użytkowników, jest świadomy roli projektowania zorientowanego na użytkownika i wartości w kontekście odpowiedzialnego, innowacyjnego działania biznesowego.	TDM_K01 TDM_K02
MW_K03	Rozumie potrzebę stałego śledzenia zmian w otoczeniu gospodarczym i aktualizowania swojej wiedzy w tym obszarze.	TDM_K01 TDM_K03
MW_K04	Potrafi formułować własne opinie i uczestniczyć w dyskusjach na temat zjawisk gospodarczych, uwzględniając różne perspektywy i aspekty społeczne oraz ekonomiczne.	TDM_K01 TDM_K02 TDM_K03

1.	Nazwa przedmiotu lub grupy przedmiotu	Moduł specjalizacyjny dla menadżerów (MSM) [przedmiot obieralny*]
2.	Tryb prowadzenia zajęć (zdalny/stacjonarny)	Stacjonarny
3.	Liczba punktów ECTS przypisana do przedmiotu lub grupy przedmiotów	5
4.	Formy prowadzenia zajęć dla przedmiotu lub grupy przedmiotu z przypisaną liczbą godzin	Wykład (14h), Ćwiczenia (16h)
5.	Treści programowe dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	

Design, tożsamość firmy i kultura organizacyjna

- Design jako narzędzie kształtowania i komunikowania tożsamości organizacji;
- Kultura organizacyjna a design;
- Zarządzanie tożsamością i kulturą przez pryzmat designu.

Strategia projektowania

- Wprowadzenie – definicje i warianty Procesu Wdrażania Nowego Produktu;
- Różne modele współpracy designer – firma;
- Rola projektanta wzornictwa w firmie;
- Tworzenie zespołu wdrożeniowego;
- Przebieg procesu tworzenia innowacyjnego produktu – metodyka;
- Relacja produkt design – service design;
- Przebieg procesu tworzenia innowacyjnego produktu ;
- Kluczowe dla sukcesu miejsca w procesie (szanse i zagrożenia).

Ergonomia i doświadczenie użytkownika w projektowaniu

- Omówienie zasad stosowania wiedzy z zakresu ergonomii w projektowaniu wzorniczym, z naciskiem;
na antropocentryzm i podmiotowość potrzeb biologiczno-zdrowotnych użytkowników.

Proces rozwoju nowego produktu i rola technologii

- Organizacja projektowania wzorniczego w PRNP;
- Efektywność modeli biznesowych współpracy przedsiębiorcy i projektanta oraz kluczowe decyzje w procesie;
- Etapy i kamienie milowe procesu projektowania wzorniczego, organizacja zespołu w strukturze firmy, odpowiedzialność i komunikacja;
- Wzornictwo w PRNP jako integralny element realizacji strategii firmy;
- Zarządzanie ryzykiem i ocena efektywności procesu wzorniczego. Doskonalenie procesu;
- Rola technologii w procesie rozwoju nowego produktu.

Odpowiedzialny design produktów i usług

- Współczesne definicje i subkategorie designu;
- Projektanci wobec wyzwań współczesności;
- Projektowanie zrównoważone, uniwersalne, społecznie zaangażowane – podstawowe pojęcia;
- Trendy technologiczne, gospodarcze, społeczne i kulturowe mające wpływ na design;
- Społeczna odpowiedzialność projektanta;
- Projektowanie usług (nie tylko UX);
- Projektowanie spekulatywne – design jako projekcja możliwej przyszłości.

Proces badawczy i testowanie produktów i usług

- Prototypowanie i testowanie w procesie projektowym;
- Techniki prototypowania;
- Zasady testowania rozwiązań i wyciągania wniosków.

6.	Formy weryfikacji i oceny osiąganych efektów kształcenia (warunki i sposób zaliczenia)		
Egzamin			
7.	Efekty uczenia się przypisane do tych przedmiotów lub grup przedmiotów i ich odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów podyplomowych		
Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów		Opis efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Symbol efektu uczenia się dla programu studiów podyplomowych
Wiedza			
MSM_W01	Rozumie rolę designu jako narzędzia komunikacji i kształtowania tożsamości firmy oraz jego wpływ na postrzeganie marki i wewnętrzne funkcjonowanie organizacji.		TDM_W01 TDM_W02
MSM_W02	Zna kluczowe definicje i warianty procesów wdrażania nowego produktu oraz rozumie różne modele współpracy między projektantem a firmą, zna kluczowe zależności między projektowaniem produktu a projektowaniem usługi.		TDM_W01 TDM_W02
MSM_W03	Posiada podstawową wiedzę z zakresu ergonomii i jej roli w projektowaniu wzorniczym, rozumie znaczenie uwzględniania doświadczeń użytkowników w procesie projektowania oraz wpływ tych doświadczeń na funkcjonalność produktów.		TDM_W01 TDM_W02
MSM_W04	Zna główne zasady organizacji projektowania wzorniczego w procesie rozwoju nowego produktu (PRNP) oraz etapy i kluczowe kamienie milowe tego procesu; rozumie rolę wzornictwa jako integralnego elementu realizacji strategii firmy, a także znaczenie efektywności modeli współpracy przedsiębiorcy i projektanta.		TDM_W01 TDM_W02
MSM_W05	Zna współczesne definicje i subkategorie designu, w tym zrównoważony, uniwersalny i społecznie zaangażowany design.		TDM_W01 TDM_W02
MSM_W06	Rozumie wpływ współczesnych trendów technologicznych, gospodarczych i społecznych na procesy projektowe oraz rolę projektanta w kształtowaniu przyszłości.		TDM_W02
MSM_W07	Rozumie wpływ nowoczesnych technologii, materiałów i metod produkcji na proces projektowania i wdrażania produktów.		TDM_W03
MSM_W08	Zna kluczowe zasady prototypowania i testowania rozwiązań w procesie projektowym, a także znaczenie testowania dla poprawy jakości produktów i usług.		TDM_W01 TDM_W03
Umiejętności			
MSM_U01	Ma umiejętności w obszarze planowania i zarządzania procesem tworzenia produktu, uwzględniając metodyki i role różnych członków zespołu, potrafi identyfikować kluczowe czynniki efektywnego zarządzania zespołem wdrożeniowym.		TDM_U01 TDM_U03
MSM_U02	Potrafi identyfikować kluczowe zasady ergonomii przy projektowaniu produktów, uwzględniające potrzeby użytkowników; potrafi analizować i optymalizować doświadczenie użytkownika w kontekście interakcji z produktem lub usługą.		TDM_U01 TDM_U02
MSM_U03	Potrafi ocenić efektywność procesu wzorniczego oraz zarządzać ryzykiem i doskonalić proces projektowy w kontekście realizacji strategii firmy.		TDM_U02 TDM_U03

MSM_U04	Potrafi wskazać główne zasady zrównoważonego, uniwersalnego i społecznie odpowiedzialnego designu.	TDM_U02
MSM_U05	Potrafi definiować kluczowe techniki prototypowania w procesie tworzenia nowych produktów i usług.	TDM_U01 TDM_U02
Kompetencje społeczne		
MSM_K01	Ma świadomość roli wzornictwa w kształtowaniu tożsamości kulturowej i biznesowej, świadomie uczestniczy w procesach budowania tożsamości organizacyjnej, uwzględniających wartości kulturowe, społeczne i estetyczne.	TDM_K01 TDM_K02 TDM_K03
MSM_K02	Jest przygotowany do skutecznej współpracy w zespołach interdyscyplinarnych, pełniąc rolę lidera lub członka zespołu projektowego, potrafi budować relacje z interesariuszami w procesie tworzenia produktów i efektywnie komunikować się w zespole.	TDM_K01 TDM_K03
MSM_K03	Rozumie współczesną rolę społecznie odpowiedzialnego designu.	TDM_K01 TDM_K02

1.	Nazwa przedmiotu lub grupy przedmiotu	Moduł specjalizacyjny dla designerów (MSD) [przedmiot obieralny*]
2.	Tryb prowadzenia zajęć (zdalny/stacjonarny)	Stacjonarny
3.	Liczba punktów ECTS przypisana do przedmiotu lub grupy przedmiotów	5
4.	Formy prowadzenia zajęć dla przedmiotu lub grupy przedmiotu z przypisaną liczbą godzin	Wykład (14h), Ćwiczenia (16h)
5.	Treści programowe dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	
Umiejętności zarządzania oraz zarządzanie operacyjne i Lean Management - Koncepcja Zarządzania Operacyjnego – krótka historia rozwoju, mierniki skutecznego Zarządzania Operacyjnego; - narzędzia wspomagające Zarządzanie Operacyjne (miedzy innymi Lean).		
Zarządzanie projektem - Trendy w dziedzinie zarządzania operacyjnego i zarządzania projektami; - Pojęcia zarządzania projektem, programem i portfelem projektów; - Krytyczna czynniki sukcesu projektu; - Podstawowa terminologia związana z zarządzaniem projektami; - Procesy projektowe, cykl życia projektu; - Zarządzanie ryzykiem w projekcie, strategii redukcji ryzyka i osiągania sukcesu projektu; - Relacje w projekcie i skuteczne metody komunikacji; - Metody budowy harmonogramu projektu; - Metoda wartości wypracowanej; - Skuteczne metody komunikacji i budowy zespołu projektowego; - Kluczowe zasady zarządzania projektami.		
Marketing w designie - Zmieniający się krajobraz marketingu i ewolucja marketingu; - Doświadczenie klienta na pierwszym miejscu – marketing relacji i doświadczeń - koncepcja marketingowa; - Koncepcja społeczna marketingu – marketing zrównoważony; - Metamarketing - Marketing 6.0 – immersyjny; - Proces marketingowy oraz projektowanie strategii marketingowej zorientowanej na klienta i planowanie marketingowe.		
Marketing cyfrowy - Kanały marketing cyfrowego; - Zaawansowane narzędzia wykorzystywane w marketingu cyfrowym; - Sztuczna inteligencja w marketingu; - Sposoby oceny skuteczności działań w marketingu cyfrowym; - Możliwości wykorzystania „marketing automation” do organizacji komunikacji marketingowej wobec klientów.		
Marketing mediów społecznościowych - Działania marketingowe w mediach społecznościowych; - Znaczenie mediów społecznościowych; - Content marketing; - Strategie social media.		
6.	Formy weryfikacji i oceny osiągniętych efektów kształcenia (warunki i sposób zaliczenia)	
Egzamin		
7.	Efekty uczenia się przypisane do tych przedmiotów lub grup przedmiotów i ich odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów podyplomowych	

Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Opis efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Symbol efektu uczenia się dla programu studiów podyplomowych
Wiedza		
MSD_W01	Rozumie główne zasady zarządzania operacyjnego i Lean Management, zna narzędzia wspierające efektywne zarządzanie procesami operacyjnymi.	TDM_W01 TDM_W03
MSD_W02	Zna podstawowe pojęcia i metody w obszarze zarządzania projektami, w tym cykl życia projektu, krytyczne czynniki sukcesu oraz zarządzanie ryzykiem.	TDM_W01
MSD_W03	Posiada wiedzę o kluczowych aspektach marketingu w designie, w tym o skutecznym marketingu mix oraz nowoczesnych koncepcjach marketingowych, takich jak marketing relacji i zrównoważony marketing.	TDM_W01
MSD_W04	Rozumie znaczenie mediów społecznościowych w marketingu, w tym narzędzi takich jak content marketing i strategie social media.	TDM_W01 TDM_W03
MSD_W05	Ma wiedzę na temat nowoczesnych technologii (w tym narzędzi sztucznej inteligencji) wykorzystywanych w działaniach marketingowych.	TDM_W03
Umiejętności		
MSD_U01	Ma umiejętności w obszarze zarządzania projektami, w tym budowania harmonogramów projektu, identyfikowania i zarządzania ryzykiem, oraz metod skutecznej komunikacji w zespole projektowym.	TDM_U01 TDM_U03
MSD_U02	Potrafi zastosować narzędzia Lean Management i zarządzania operacyjnego w celu optymalizacji procesów w organizacji.	TDM_U01 TDM_U03
MSD_U03	Potrafi projektować i wdrażać strategie marketingowe zorientowane na klienta, wykorzystując narzędzia analizy SWOT i SOAR oraz odpowiednie strategie marketingowe w kontekście zmieniającego się rynku.	TDM_U02 TDM_U03
MSD_U04	Potrafi prowadzić skuteczne działania marketingowe w mediach społecznościowych, tworzyć strategie i zarządzać content marketingiem.	TDM_U02 TDM_U03
Kompetencje społeczne		
MSD_K01	Potrafi efektywnie zarządzać zespołem projektowym, budować relacje w zespole oraz komunikować się w sposób wspierający realizację celów projektowych.	TDM_K01
MSD_K02	Wykazuje odpowiedzialną postawę w zarządzaniu projektami i zarządzaniu marketingowym, uwzględniając zasady zrównoważonego rozwoju.	TDM_K01 TDM_K02
MSD_K03	Jest przygotowany do pracy w dynamicznym środowisku, adaptując się do zmieniających się trendów w zarządzaniu projektami i marketingu.	TDM_K01 TDM_K03
MSD_K04	Potrafi efektywnie współpracować z interesariuszami projektu, w tym z klientami i zespołami projektowymi.	TDM_K01

*** Przedmioty obieralne: uczestnik zobowiązany jest do wyboru i zaliczenia jednego z dwóch przedmiotów obieralnych (Moduł specjalizacyjny dla menadżerów, Moduł specjalizacyjny dla designerów)**

1.	Nazwa przedmiotu lub grupy przedmiotu	Moduł Integrujący (MI)
2.	Tryb prowadzenia zajęć (zdalny/stacjonarny)	Stacjonarny
3.	Liczba punktów ECTS przypisana do przedmiotu lub grupy przedmiotów	7
4.	Formy prowadzenia zajęć dla przedmiotu lub grupy przedmiotu z przypisaną liczbą godzin	Wykład (25h), Ćwiczenia (16h)
5.	Treści programowe dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	

Kreowanie i zarządzanie marką a design

- Znaczenie marki w portfelu przedsiębiorstwa;
- Elementy ewaluacji marki i stadia życia marki;
- Elementy pozycjonowania marki;
- Nadrzędne cele komunikacyjne.

Przedsiębiorczość i Innowacyjne Modele Biznesu

- Mindset przedsiębiorcy;
- Innowacje w zarządzaniu;
- Kreatywność w zarządzaniu przedsiębiorczym;
- Proces wdrażania innowacji w zarządzaniu przedsiębiorczym;
- Wyniki biznesowe w zarządzaniu przedsiębiorczym;
- Model biznesu jako typ innowacji oraz narzędzie zarządzania rozwojem firmy dla menedżera i przedsiębiorcy.

Kreatywność i innowacyjność w projektowaniu nowych produktów i usług

- Rola projektanta w procesie powstawania nowych produktów, przestrzeni publicznych, usług;
- Znaczenie kreatywności i innowacji w projektowaniu nowych produktów i usług;
- Projektowanie jako działalność interdyscyplinarna.

Umiejętność pracy w zespole i techniki negocjacji

- Definicja dwóch modeli negocjacyjnych: Harvardzkiego i Pozycyjnego;
- Zarządzanie różnorodnością w zespole;
- Konflikty w zespole;
- Negocjacje i mediacje w zespole.

Mechanizmy powstawania trendów

- Definicja trendu, różnica między trendem a insightem;
- Proces powstawania trendów;
- Poszczególne role w procesie; twórcy trendów, trendsetterzy, maweni, grupy polispołeczne;
- Piramida potrzeb a prędkość procesu wymiany trendów;
- Proces rozwoju trendu a poszczególne grupy konsumenckie;
- Megatrendy, Mikrotrendy, krótkotrwałe mody;
- Antytrendy;
- Rola innowacji;
- Metody jakościowe i ilościowe w badaniu trendów;
- DNA marki a implementacja trendów;
- Najważniejsze prognozy na najbliższe 5 lat;
- Ośrodki powstawania trendów;
- Implementacja trendów na przykładach tendencji (warsztatowy sprint w podziale na grupy).

Decyzje finansowe

- Rola finansów od startupu do dużej firmy;
- Znaczenie prawidłowego zarządzania gotówką w firmie;
- Rodzaje podejmowanych decyzji finansowych;
- Elementy finansowe projektu inwestycyjnego;

- Koszt kapitału – alternatywny koszt kapitału;
- Modelowanie przepływów pieniężnych;
- Wartość pieniądza w czasie i szacowanie ryzyka;
- Obliczanie bieżącej wartości netto i innych wskaźników finansowych dla projektów inwestycyjnych;
- Badanie efektywności inwestycyjnej na podstawie przykładu projektu inwestycyjnego;
- Zarządzania ryzykiem finansowym i monitorowanie realizacji projektów inwestycyjnych;
- Finansowanie kapitałem zewnętrznym.

ESG – wyzwania współczesnego świata

- Aspekty związane ze zrównoważonym rozwojem, pojęcia i trendy;
- Uwzględnienie zrównoważonego rozwoju (ESG) w działalności biznesowej;
- Przegląd wymagań formalnych w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Techniki efektywnej prezentacji projektu

- KPI efektywnej prezentacji;
- Zasady prezentacji grupowej i indywidualnej;
- Komunikacja niewerbalna w prezentacji;
- Autoprezentacja;
- Przygotowanie prezentacji, struktura prezentacji;
- Zarządzanie oczekiwaniami auditorium;
- Trudne sytuacje w prezentacji.

6.	Formy weryfikacji i oceny osiąganych efektów kształcenia (warunki i sposób zaliczenia)	
Egzamin		
7.	Efekty uczenia się przypisane do tych przedmiotów lub grup przedmiotów i ich odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów podyplomowych	
Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Opis efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Symbol efektu uczenia się dla programu studiów podyplomowych
Wiedza		
MI_W01	Rozumie znaczenie marki w portfelu przedsiębiorstwa oraz procesy związane z ewaluacją i cyklem życia marki, ma wiedzę na temat zasad pozycjonowania marki oraz celów komunikacyjnych, które wpływają na budowanie i utrzymanie marki.	TDM_W01
MI_W02	Zna zasady i procesy wdrażania innowacji w zarządzaniu przedsiębiorstwem oraz ich wpływ na rozwój organizacji, rozumie rolę modeli biznesowych jako narzędzi do tworzenia i zarządzania rozwojem organizacji.	TDM_W01 TDM_W03
MI_W03	Rozumie znaczenie kreatywności i innowacji w procesie projektowania nowych produktów i usług, rozumie rolę projektanta w interdyscyplinarnym procesie tworzenia nowych produktów i usług.	TDM_W02 TDM_W03
MI_W04	Zna modele negocjacyjne (w tym model Harvardzki i Pozycyjny), rozumie ich zastosowanie w kontekście pracy zespołowej i negocjacji, ma wiedzę na temat zasad zarządzania różnorodnością w zespole.	TDM_W01
MI_W05	Zna i rozumie definicję trendu oraz różnice między trendem a insightem, a także procesy i mechanizmy, które wpływają na powstawanie i rozwój trendów.	TDM_W01 TDM_W02
MI_W06	Ma wiedzę na temat zarządzania finansami w różnych etapach rozwoju firmy, od startupu do dużej organizacji, rozumie mechanizmy finansowe projektów inwestycyjnych.	TDM_W01

	w tym modelowanie przepływów pieniężnych, ocenę ryzyka oraz obliczanie wskaźników finansowych.	
MI_W07	Rozumie pojęcia i trendy związane ze zrównoważonym rozwojem oraz zasady ESG (Environmental, Social, Governance) w kontekście działalności biznesowej, zna kluczowe wymagania formalne dotyczące zrównoważonego rozwoju oraz regulacje prawne, które wpływają na praktyki biznesowe w zakresie ESG.	TDM_W01
MI_W08	Zna zasady efektywnej prezentacji, rozumie znaczenie komunikacji niewerbalnej i autoprezentacji w kontekście prezentacji projektów oraz zarządzania oczekiwaniami audytorium.	TDM_W01
Umiejętności		
MI_U01	Potrafi analizować i oceniać markę w kontekście jej ewaluacji oraz podejmować decyzje dotyczące jej rozwoju i wizerunku, potrafi identyfikować właściwe strategie pozycjonowania marki.	TDM_U02 TDM_U03
MI_U02	Potrafi wykorzystać kreatywność i mindset przedsiębiorcy do identyfikowania i wdrażania innowacyjnych rozwiązań w zarządzaniu przedsiębiorstwem, potrafi wskazać kluczowe czynniki budowania innowacyjnego modelu biznesowego jako narzędzia wspierającego rozwój organizacji.	TDM_U01 TDM_U03
MI_U03	Potrafi współpracować z zespołami interdyscyplinarnymi w celu opracowania nowatorskich rozwiązań projektowych.	TDM_U03
MI_U04	Potrafi w praktyce zastosować techniki negocjacyjne, wykorzystując odpowiednie modele negocjacyjne do osiągnięcia porozumienia w zespole, ma umiejętności w obszarze efektywnego zarządzania konfliktami w zespole.	TDM_U01 TDM_U03
MI_U05	Potrafi zastosować metody jakościowe i ilościowe w badaniu trendów oraz prognozowaniu ich rozwoju w różnych branżach.	TDM_U01 TDM_U02
MI_U06	Ma umiejętności w obszarze podejmowania decyzji finansowych, uwzględniając analizę kosztów kapitału, efektywność inwestycji oraz zarządzanie ryzykiem w projektach, potrafi współpracować przy ocenie opłacalności i efektywności projektów inwestycyjnych.	TDM_U01 TDM_U03
MI_U07	Potrafi integrować zasady ESG w procesach zarządzania projektami oraz działalności biznesowej, umie analizować i oceniać wpływ działalności organizacji na środowisko, społeczeństwo i zarządzanie.	TDM_U01 TDM_U03
MI_U08	Potrafi przygotować i przeprowadzić profesjonalną prezentację, skutecznie prezentując projekt i jego kluczowe elementy, umie zarządzać trudnymi sytuacjami podczas prezentacji, reagować na pytania i wątpliwości audytorium, utrzymując kontrolę nad prezentacją.	TDM_U01
Kompetencje społeczne		
MI_K01	Jest przygotowany do współpracy z różnymi zespołami w celu skutecznego kreowania i zarządzania marką, w procesach wdrażania innowacji, implementacji trendów czy tworzenia nowych produktów i usług.	TDM_K01
MI_K02	Potrafi skutecznie komunikować pomysły i rozwiązania projektowe w kontekście interdyscyplinarnym, z uwzględnieniem potrzeb użytkowników i rynku.	TDM_K01

MI_K03	Potrafi rozwiązywać konflikty i podejmować odpowiedzialność za skuteczną komunikację i współpracę w zespole projektowym.	TDM_K01 TDM_K03
MI_K04	Jest przygotowany do adaptacji i zastosowania innowacji w różnych kontekstach, wykorzystując wiedzę o mechanizmach powstawania trendów.	TDM_K01 TDM_K03
MI_K05	Jest zdolny do podejmowania świadomych decyzji finansowych w kontekście pracy zespołowej, uwzględniając interesy różnych interesariuszy w organizacji.	TDM_K01 TDM_K03
MI_K06	Wykazuje się odpowiedzialnością w kontekście podejmowania decyzji biznesowych, uwzględniając kwestie zrównoważonego rozwoju oraz etyczne aspekty działalności organizacji; promuje inicjatywy związane z ESG i zrównoważonym rozwojem.	TDM_K01 TDM_K02
MI_K07	Potrafi efektywnie komunikować się z różnymi grupami odbiorców, dostosowując styl prezentacji do oczekiwań audytorium.	TDM_K01

1.	Nazwa przedmiotu lub grupy przedmiotu	Warsztaty projektowe (WP)
2.	Tryb prowadzenia zajęć (zdalny/stacjonarny)	Stacjonarny
3.	Liczba punktów ECTS przypisana do przedmiotu lub grupy przedmiotów	15
4.	Formy prowadzenia zajęć dla przedmiotu lub grupy przedmiotu z przypisaną liczbą godzin	Ćwiczenia (94h)
5.	Treści programowe dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	
	- Organizacja pracy zespołów projektowych; - Prezentacje firm, dla których tworzone będą projekty; - Szukanie szansy rynkowej, określenie priorytetów; - Opracowanie briefu; - Podział odpowiedzialności w zespole wdrożeniowym; - Debrief – rola w procesie; - Projektowa specyfikacja produktu; - Generowanie koncepcji, projekt koncepcyjny, dokumentacja; - Projekt postaci, plan usługi; - Opracowanie projektu końcowego; - Projektowanie procesu użytkowego; - Dokumentacja projektu; - Aspekty biznesowe procesu (biznesplan, SWOT); - Strategia wdrożenia, strategia marketingowa; - Skompletowanie dokumentacji projektu; - Prezentacje projektów.	
6.	Formy weryfikacji i oceny osiąganych efektów kształcenia (warunki i sposób zaliczenia)	
	Projekt końcowy	
7.	Efekty uczenia się przypisane do tych przedmiotów lub grup przedmiotów i ich odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów podyplomowych	
	Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu lub grupy przedmiotów	Symbol efektu uczenia się dla programu studiów podyplomowych
	Wiedza	
	WP_W01	Zna podstawowe etapy procesu projektowego i jego kluczowe elementy, takie jak brief projektowy, specyfikacja produktu, strategia wdrożenia i dokumentacja końcowa.
	WP_W02	Rozumie zasady organizacji pracy zespołów projektowych, w tym podział ról i odpowiedzialności, znaczenie debriefingu oraz mechanizmy efektywnej współpracy nad zadanym problemem projektowym.
	WP_W03	Posiada wiedzę na temat aspektów biznesowych procesu projektowego, takich jak analiza SWOT, opracowanie biznesplanu i podstawy strategii marketingowej w kontekście wdrażania produktów lub usług.
	Umiejętności	
	WP_U01	Potrafi zaplanować i zorganizować pracę zespołu projektowego, w tym dokonać podziału ról i odpowiedzialności na poszczególnych etapach procesu projektowego.
	WP_U02	Ma umiejętności w obszarze przeprowadzania analizy rynkowej i użytkowej w celu zidentyfikowania szans projektowych oraz ustalenia priorytetów w kontekście potrzeb klienta i użytkownika.

WP_U03	Potrafi opracować brief projektowy oraz projektową specyfikację produktu lub usługi, uwzględniając różne ich aspekty - funkcjonalne, estetyczne i biznesowe.	TDM_U02 TDM_U03
WP_U04	Umie generować i rozwijać koncepcje projektowe, a następnie przekształcić je w spójną i kompletną dokumentację projektową.	TDM_U01 TDM_U02 TDM_U03
WP_U05	Potrafi opracować strategię wdrożeniową oraz przygotować podstawowe elementy biznesplanu i strategii marketingowej dla nowego produktu lub usługi.	TDM_U01 TDM_U02 TDM_U03
WP_U06	Umie skutecznie prezentować projekt oraz argumentować podejmowane decyzje projektowe, z uwzględnieniem potrzeb różnych interesariuszy (firmy, użytkowników).	TDM_U02 TDM_U03
Kompetencje społeczne		
WP_K01	Wykazuje odpowiedzialność i zaangażowanie w realizację wspólnych zadań projektowych, potrafi efektywnie współdziałać w zespole interdyscyplinarnym.	TDM_K01 TDM_K02
WP_K02	Jest otwarty na konstruktywną krytykę, refleksję i dialog projektowy, rozumiejąc znaczenie feedbacku w doskonaleniu rozwiązania.	TDM_K01 TDM_K03
WP_K03	Potrafi zaprezentować efekty pracy projektowej w sposób profesjonalny, zarówno przed zespołem, jak i interesariuszami zewnętrznymi (np. przedstawicielami firm).	TDM_K01 TDM_K03