



Урок 53. ВВЕДЕНИЕ В ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ

- Познакомиться с понятием дизайн-мышления.
- Узнать сферы применения инструментов дизайн-мышления.
- Определить разницу между подходами дизайн-мышления и традиционными подходами к созданию бизнес-идей.

Навыки, делающие из человека дизайн-мыслителя, — способность замечать закономерности в сложных наборах данных, способность синтезировать новые идеи из фрагментированных частей, способность эмпатически чувствовать других, отличных людей, — могут быть приобретены в процессе обучения.

Тим Браун



Дорогие десятиклассники! В этой четверти вас ждут 16 уроков, на которых мы рассмотрим особенности такого клиентоориентированного подхода к поиску бизнес-решений, как дизайн-мышление. В начале четверти вы

должны выбрать бизнес-проблему из списка, предложенного учителем, над которой вы будете работать на протяжении всей четверти, применяя методологию дизайн-мышления: эмпатию, анализ и синтез, генерацию идей, прототипирование и тестирование. Каждый новый информационный блок четверти будет состоять из двух уроков. 1 урок: теоретический. 2 урок: практическая работа в группах по применению полученных знаний в проектировании инновационных решений, ориентированных на человека.

В этой четверти вы познакомитесь с сущностью дизайн-мышления и преимуществами данного подхода по сравнению с традиционными формами ведения бизнес-процессов. Вы узнаете принципы эмпатии и научитесь проводить интервью, руководствуясь ими. Вы сможете анализировать полученную информацию и группировать выводы. Вы познакомитесь с принципами и преимуществами такого инструмента, как брейнсторминг. Вы попробуете применять принципы прототипирования и тестирования на практике. А также научитесь пользоваться сторителлингом для описания проделанной работы.

Список заданий:

- самый лучший портфель для ученика
- самый лучший бумажник для водителя такси
- как сделать столовую суперпопулярной
- национальная одежда на каждый день
- школа как пример сервиса для учеников

Добро пожаловать в четвёртую четверть! Вы уже многое знаете: кто такие предприниматели, и почему они важны для экономики страны, какими качествами они должны обладать, что такое стартап, и как его основать, как сделать бизнес инновационным, как создать свою компанию и составить бизнес-план, как установить цену на товар, как вычислить своих конкурентов и как превзойти их. В этой четверти мы поговорим о не менее важной стороне бизнеса — способности создавать продукт или услугу. Вы научитесь создавать продукты (услуги) с помощью инструментов, разработанных основоположником методологии дизайн-мышления Дэвидом Келли в Стэнфордском университете. Итак, начнём!

Само сочетание слов «дизайн» и «мышление» указывает на мышление, позволяющее придумать, проектировать что-то новое.

внешнего мира через поиск разрывов между ожиданием пользователя «как это должно быть» при использовании продукта (услуги) и реальной действительностью «как это есть».

Этот образ мышления выражается через процесс, который можно повторять бесконечное количество раз для достижения новых результатов.

В отличие от привычных методов создания идей, дизайн-мышление применяется, когда нам нужно создать что-то новое «с чистого листа». У нас нет примеров или предыдущего опыта, на который мы могли бы положиться, и неизвестно, какие результаты принесут наши решения.

Метод — это систематизированная совокупность шагов, действий, которые необходимо предпринять для решения определённой задачи или достижения определённой цели.



Задание 1

Подумайте, если бы в центр изучения не ставился человек и его комфорт, каким могло бы выглядеть сегодня альтернативное устройство ввода информации в компьютер, помимо клавиатуры?

.....
.....

Стэнфордский университет определил 7 принципов, лежащих в основе дизайн-мышления.

- 1) **Фокусируйтесь на ценностях тех, для кого вы создаёте продукт или услугу.** Необходимо поставить себя на место пользователя и буквально ощутить всё то, что чувствует он. Важной составляющей является информация, которую он вам сам рассказывает.
- 2) **Проверяйте ваши догадки на экспериментах.** Это — единственный способ понять, работает ваша идея или нет. Эксперименты могут быть большими и маленькими.
- 3) **Строго следуйте методологии.** Каждому из этапов подходят свои инструменты. И понимание того, на каком этапе вы находитесь и какого результата можно ожидать, позволит вам применить правильные методы работы.
- 4) **Взаимодействуйте с представителями совершенно разных специальностей.** Тем самым вы расширяете пограничные межпредметные зоны решаемой проблемы. А как мы знаем, всё

самое инновационное и прорывное рождается на стыке разных предметных областей.

- 5) **Действуйте всегда, везде, постоянно что-то предпринимайте.** Не сидите на месте. Дизайн-мышление предполагает по большей части деятельное изучение, нежели мыслительное.
- 6) **Лучше один раз показать, чем сто раз рассказать.** Используйте любые способы показать наглядно — ведь даже одни и те же слова для людей могут означать совершенно разные понятия!
- 7) **Старайтесь конкретизировать и вносить ясность настолько, насколько это возможно.** Не перечисляйте проблемы, а опишите и сформулируйте их чётко. Избегайте слов «все», «для всех», «всегда» и т. д. Устанавливайте рамки!

Чтобы реализовать эти принципы и запустить эффективный процесс дизайн-мышления, необходимо придерживаться некоторых правил.

1. Генерировать идеи, развивая идеи других.
2. Собрать команду единомышленников с различным опытом из разных сфер для развития идей друг друга.
3. Во главу угла ставить пользователя с его привычками в повседневной жизни.
4. Создавать прототипы из всего, что доступно, в любом доступном виде (от скетчей до работающей модели) и работать над ними постоянно.

Задание 2

Предложите свои правила для улучшения процессов дизайн-мышления.

.....

.....

.....

На сегодняшний день этими методиками и правилами руководствуются такие именитые компании, как Boeing, SAP, Procter&Gamble, McKinsey, 3M.

Что мы должны делать, чтобы использовать дизайн-мышление? — Мы должны строго следовать методологии. Дизайн-мышление состоит из 6 этапов, и результат каждого из них служит начальной точкой для следующего этапа:

- **эмпатия** — мы определяем проблемную часть, собираем как можно больше информации о ней; цель — сформулировать значимую и направленную на реализацию задачу в одном предложении;
- **анализ и синтез** — полученную информацию нужно правильно интерпретировать и конкретизировать до определённой степени, отбросить всё ненужное, а полезную часть перевести в выводы;
- **генерация идеи** — на основе конкретизированной информации и выводов мы предлагаем варианты решений;
- **прототипирование** — из всех возможных вариантов мы отбираем некоторые решения, которые показали максимальную применимость на прототипах;

- **тестирование** — мы проверяем наши решения на прототипах. Если нас что-то не устраивает, мы можем вернуться на любой этап в зависимости от результатов теста;
- **сторителлинг** — наше решение необходимо правильно презентовать общественности.

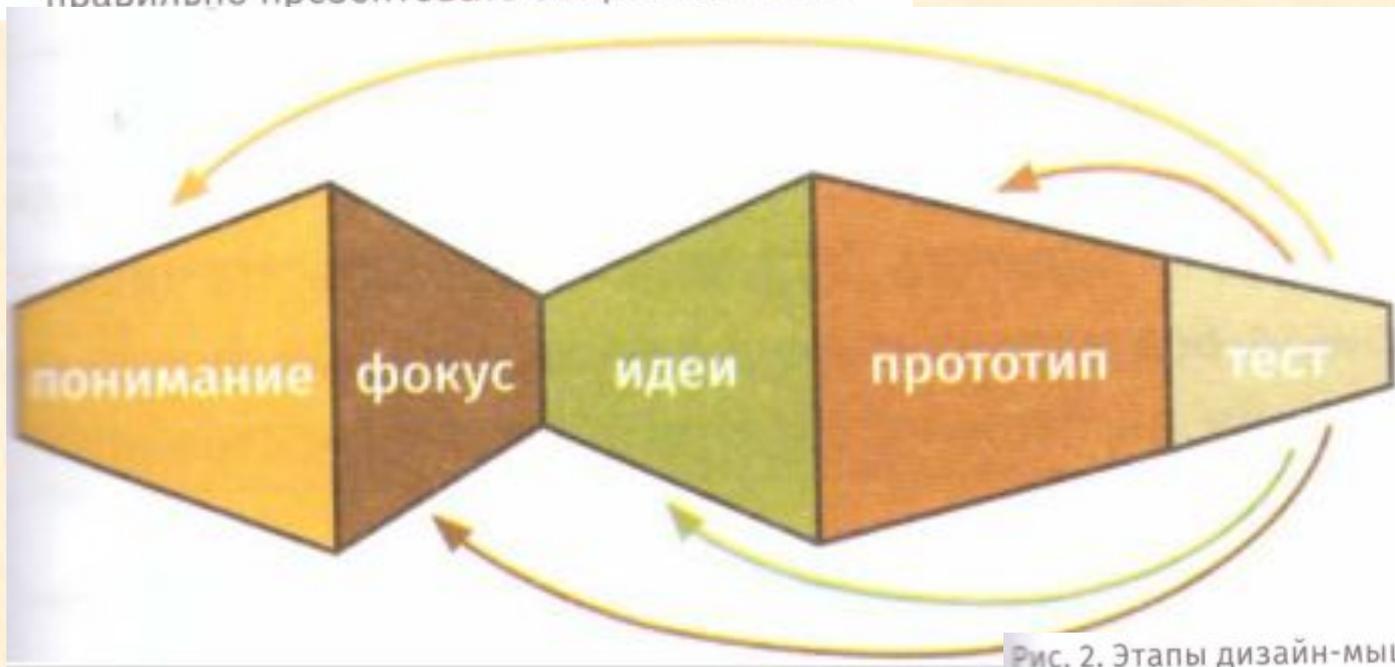


Рис. 2. Этапы дизайн-мышления

На каждом из этапов есть инструменты, которые необходимо последовательно использовать. Дизайн-мышление построено по принципу выдвижения теорий и их проверки, поэтому возможны неоднократные итерации между любыми последовательными этапами.

Итерации — это повторение процесса целиком или его части для достижения желаемой цели. Каждое повторение (части) процесса — это итерация. Результат итерации служит отправной точкой для другой итерации.

Задание 4

Приведите аналогии понятию итераций из жизни. Например: башенный кран при постройке здания совершает итерации (спуск крюка, подъём блока, установка на предусмотренное место) до тех пор, пока не будет достигнут результат в виде построенного здания. Какие действия в жизни также являются итерациями?

.....

.....

.....

Преимущество и главное отличие метода дизайн-мышления заключается в логичном и последовательном прохождении всех этапов процесса вплоть до достижения результата, что позволяет

учесть множество нюансов, влияющих на качество результата. При этом мы сохраняем высокую степень клиентоориентированности.

Задание 5

Попробуйте привести пример, какой могла бы быть та или иная услуга (товар), если бы её разрабатывали в одном случае методом дизайн-мышления, а в другом случае — способом личных идей.