

Flow 1 – Design thinking

I skal arbejde med et af følgende virksomheder: Rawbite, bObles, Hoptimisten, B&O. Jeres opgave er at skabe et nyt produkt for jeres virksomhed ved at følge Design Thinking-processen og vise hvordan dette nye produkt passer ind i den eksisterende produktrække.

Erhvervskompetencer

Erhvervskompetencer

Deltagere i læringsflowet Design Thinking opnår kompetence til at arbejde med innovative designprocesser. Som en del heraf bliver deltagerne i stand til:

- at gennemføre innovative designprocesser fra identificering af problem til realisering ud fra Design Thinking tilgangen
- at skabe bæredygtige og let kommunikerbare koncepter i forbindelse med innovation
- teoretisk og analytisk viden om innovation og kreativitet i brugercentrerede designprocesser
- teoretisk og metodisk viden om konceptudvikling udfra Design Thinking som udgangspunkt for udviklingsprojekter
- praktiske kompetencer i forhold til at håndtere innovative konceptudviklingsprocesser og et sammenhængende designforløb

Understand

Nu skal I lære jeres brugere godt at kende, at forstå dem, at 'empathize' med dem. Det gør I ved at interviewe og observere dem. Den viden I herigennem får om brugerne, anvender I til at få klarhed om deres behov og opnå vigtige 'insights' om dem. Her bruger I et 'User Empathy Map'. Disse insights og behov skal I bruge direkte i jeres efterfølgende Ideate (ideudviklings-)fase. Gå frem efter Understand Mixtape-pdf'en.

Mandag 4/2 fra 11.00-12.00: Gruppevis peer præsentation/review for og med MAK/MEC-gruppe.

Ideate



Define (Reframe) jeres udfordring med de nye insights og behov I har nu fra resultaterne af jeres Understand-fase.

Ideate udfra denne viden ved at integrere jeres insights i Ideate-spørgsmål til brainstorm.

Gennemfør Brainstorm-proces.

Udvælg de bedste ideer - kombiner evt ideer, hvor det giver mening.

6/2 Pitch gruppevis 3 min i Løvens Hule - med feedback

Pitching og ”Løvens hule”

I skal præsentere jeres bedste idé i „Løvens hule“. I kan kun nå én idé.

I er ikke iværksættere som deltagerne i TV-programmet. Betragt jer selv som en udviklingsafdeling i den enkelte virksomhed, Rawbite mv og tænk lærerpanelet som et eksternt rådgivningspanel, der skal hjælpe virksomheden med at finde udviklingsmuligheder. I behøver ikke spørge til et konkret investeringsbeløb men af hensyn til legen (og vores mere marketing/økonomisk fokuserede) vil der blive uddelt symbolske beløb i forhold til vores begejstring for jeres idéer.

Experiment

I denne fase laver I hurtige 'quick and dirty' prototyper af jeres løsningskoncepter, eksperimenterer og tester med jeres brugere - co-creator med dem. I bruger Feedback Grid'et fra Mixtopen til at opsamle feedback'en, I får fra brugerne, så I konstruktivt kan arbejde videre med løsningen.

Torsdag 14/2 præsenterer I jeres koncepter og prototyper i messestande sammen med MAK/MEC-grupperne.

Udarbejdelse af design thinking, herunder denne del samt præsentation giver 10 studypoints.

Kampagne for produkt udviklet med Design thinking

Jeres produkter tænkes nu så tæt på en lancering at der skal udarbejdes prototyper på kampagnemateriale.

I dette flow fokuserer vi på materiale, der kan produceres med Indesign.

Der skal udarbejdes kampagnemateriale til digitale og trykte medier.

- E-magasin, som interaktiv PDF. (Det kan være et helt magasin eller en del af et magasin, hvor en længere artikel om produktet kunne være relevant)
- Outdoorplakater, bussider, hængeskilte i bus og s-tog.

Gruppevis præsentation af medieprodukter og kampagnestrategi: fredag d 22. feb. (Præsentationen omfatter IKKE hele flowrapporten, kun kampagnematerialet).

Der bliver givet mundtlig feedback på kampagnematerialet.

Udarbejdelse af denne del samt præsentation giver 5 studypoints.

Kampagneprodukter afleveres gruppevis, som en integreret del af flowrapporten senest torsdag 21. feb. kl 24.00 (IKKE isoleret aflevering af kampagne).

Flow rapport

Hele processen i flow 1 skal dokumenteres.

Rapport med flowdokumentation skal sættes op i Indesign til læsning på skærm (lavformat og gerne med interaktivitet). Den uploades som ét pdf dokument. På forsiden skal være navne på alle gruppemedlemmer samt link til hver jeres portefolie. (Det forventes, at vi her løbende også kan se det udarbejdede materiale – rapport og medieprodukter – fra 2. semester).

Rapporten skal indeholde en kort redegørelse for de problemstillinger, I har arbejdet med, og en opsamlende konklusion samt refleksion. Men fokuser primært på at dokumentere udviklingen, processerne, hele Design Thinking samt den efterfølgende udvikling af kampagnemateriale: hvad har I arbejdet med, på hvilken måde, og hvordan er resultatet blevet. Anvend evt. Design

Thinking-forløbene som struktur i rapporten. Dokumenter så meget som muligt med tegninger, foto, grafik, maps, video, osv.

Rapportvolumen (tekst) må ikke overstige 8 normalsider inkl. evt fodnoter og tekstbokse, men ikke bilag. (En normalside er 2.400 anslag inkl. mellemrum.) Rapporten kan altså sagtens med alt øvrigt indhold være på 20 - 25 sider.

Rapporten afleveres gruppevis på Moodle senest torsdag 21. feb. kl 24.00

Navngiv fil efter følgende system: gruppe#–virksomhed-flow1.pdf

Udarbejdelse og aflevering af flowrapport giver 10 studypoints.

Der bliver givet kort skriftlig feedback på flowdokumentationen.