

Design Thinking

Kursnr.
18BTDM0006

Kurstermin

📅 11.04.2019

Unterrichtsort

BFI Wien
Alfred-Dallinger-Platz 1
1030 Wien

Preis

€ 360,-

Förderpreis

€ 240,-

Unterrichtsdetails

8 Unterrichtseinheiten

Lernformat

Präsenz

Alle Preise inkl. 10% USt.

Bitte beachten Sie die Rabatt- und Förderbedingungen. Mehr Informationen finden Sie unter bfi.wien.

Das erwartet Sie

Viele erfolgreiche Unternehmen binden Design Thinking in ihren Innovationsprozess ein. Der an der Stanford University entwickelte Ansatz dient dazu, Konzepte zur Lösung vielfältiger Problemstellungen zu entwickeln. Was soll man wie anbieten, womit kann man am Markt reüssieren? Design-Thinking beantwortet diese Fragen. Dabei steht die Denkweise im Design im Vordergrund, nicht die Produktästhetik. Dieses Seminar richtet sich an Wissbegierige, die Design-Thinking vom Gründer eines Design-Think-Tanks aus erster Hand erfahren wollen.

Inhalte

- Design-Thinking - Methode, Werkzeugkasten oder Denkweise? Der Ursprung und die Theorie dahinter
- Design-Thinking erleben - für einen Moment Designer:in sein, den Designprozess in konzentrierter Form erfassen
- Reflexion des Erlebten und Bedeutung für den persönlichen Alltag
- Kund:innen verstehen als Basis des Handelns - was ist tatsächlich zu erledigen?
- Design-Thinking und der Job-to-be-done - Kund:innenwunsch versus Verkaufsangebot der Unternehmer:innen
- Häufige Begriffe im Design-Thinking und ihre tatsächliche Bedeutung in der Designwelt

Nutzen und Karrieremöglichkeiten

- Sie erhalten neue Perspektiven auf Herausforderungen des Berufsalltags als Wissensarbeiter:in und Führungskraft.
- Sie erweitern Ihre Denkräume, fassen Mut zur Vernetzung unterschiedlicher, auch branchenfremder Themen und steigern damit zwangsläufig Ihre Kreativität. Die Konfrontation mit einer anderen Denkweise schärft die Wertschätzung der eigenen und macht die effektive Nutzung beider Denkwelten möglich. Sie entwickeln Ihre Design-Gesinnung.
- Sie sind informiert über Nutzen, Facetten, Herkunft und theoretische Basis dieses gerade modischen Begriffs.
- Sie sind besser in der Lage, die "Spreu vom Weizen" der BeraterInnenszene zu trennen, mit mehr Klarheit im Hype.

Zielgruppe

- Etablierte Unternehmer:innen, Gründer:innen, Manager:innen sowie Führungskräfte, die kund:innenorientiert handeln wollen
- Menschen aus den Bereichen Marketing, PR, Customer Relationship, Human Resources, Unternehmensberatung, Creative Industries, Service Marketing etc.
- All jene, die interessiert an Facetten des Design-Thinking sind