

**Nome e cognome docente proponente:** Vladi Finotto

**Titolo:** *"Design thinking"*

**Descrizione:**

Il design thinking è un processo e un atteggiamento per risolvere problemi complessi e situazioni incerte attraverso la collaborazione creativa e la focalizzazione sulle persone (sugli esseri umani). Sviluppato da Stanford University e dalla design firm Ideo, il design thinking è stato dapprima applicato alle sfide dello sviluppo di nuovi prodotti e servizi, in seguito è diventato un processo applicato a problemi tra i più vari: sociali, politici, tecnologici, aziendali.

Il design thinking offre un bilanciamento tra metodi analitici e creativi (abduction) al fine di supportare team creativi nella definizione di un problema in chiave originale e nello sviluppo di soluzioni originali ed efficaci. Più nello specifico l'obiettivo del design thinking è quello di disciplinare il processo di sviluppo di soluzioni innovative e originali a problemi complessi in situazioni di incertezza facendo leva sulla logica, l'immaginazione, l'intuizione e il ragionamento sistematico. Il mindset del design thinker non è focalizzato sul problema ma sulla soluzione ed è orientato all'azione: caratteristica fondamentale del processo di design thinking, infatti, è la realizzazione di artefatti e prototipi da testare, cambiare e migliorare continuamente grazie ai risultati di sperimentazioni sul campo.

In estrema sintesi, il corso intende introdurre gli studenti alle tecniche, alle logiche e agli assunti del design thinking, strumenti e mindset che si dimostreranno importanti nella risoluzione di una molteplicità di problemi, sfide e incertezze sia organizzative che personali. Nei tre incontri, in gruppi e attraverso sessioni interattive e "pratiche", gli studenti apprenderanno e metteranno in pratica i principi del design thinking per:

- Individuare la semplicità nella complessità
- Bilanciare funzionalità (utilità) e bellezza
- Risolvere i problemi delle persone
- Migliorare la qualità delle esperienze (lavorative, di vita, commerciali, sociali, ...)

**Scopo:**

Introdurre gli studenti al design thinking e favorire lo sviluppo di competenze e capacità per:

Stabilire un rapporto empatico con i "clienti"

Trasformare intuizioni in idee percorribili e realizzabili

Risolvere problemi complessi e sfaccettati

Prototipare rapidamente delle soluzioni

Testare soluzioni e assunti

Definire la realizzabilità/economicità delle soluzioni proposte

**Articolazione contenuti:**

**Primo incontro**

Introduzione al design thinking

Il processo

Scoperta

**Secondo incontro**

Definizione

Point of view

Ideazione

Quarto incontro

Prototipazione

Test

Iterazione

Business modeling

**Destinatari:**

Numero massimo: 20

**Durata:**

ore 12

**Date svolgimento:**

15, 16 e 17 giugno dalle 9 alle 13

**Prerequisiti:** Nessuno in particolare.  
Rudimenti di strategia e/o marketing sono  
utili ma non richiesti

**Lingua di insegnamento:**

Italiano

**Materiale necessario:**

**Attrezzatura richiesta ai partecipanti:**  
Niente in particolare. Un laptop o un tablet  
connessi alla rete possono essere utili.