

Design Thinking		Design Thinking	
Code cours	<i>Course code:</i>	Crédits ECTS	<i>ECTS Credits:</i>
Coordonnateurs	<i>Lecturers</i>	: E. Joyeux (E.C. Lyon)	Cours
		1 ^{ère} année 1 st year	<i>Lectures</i> :
Période	<i>Year of study</i>	: 2 ^{ème} année 2 nd year	T.D. <i>Tutorials</i> :
Semestre	<i>Semester</i>	: 1 ^{er} semestre 1 st semester	T.P. <i>Laboratory sessions</i> :
		: 3 ^{ème} semestre 3 rd semester	Projet <i>Project</i> : 12h30
Evaluation	<i>Assessment method(s)</i>	: Projet + QCM en ligne / project + online quiz	Non encadré <i>Homework</i> :
Langue d'instruction	<i>Language of instruction</i>	: Français/ French	Horaire global <i>Total hours</i> : 12h30
Type de cours	<i>Type of course</i>	: Electif	
Niveau	<i>Level of course</i>	: Graduate	

Ce module fait partie du parcours entreprenariat/innovation

Compétences attendues :

- Développer sa créativité et sa capacité à innover
- Savoir communiquer et travailler avec des designers
- Connaitre les instruments à utiliser en fonction des phases et des objectifs à atteindre
- Conduire et animer un projet sur la base de la méthode Design Thinking

Pré-requis :

Aucun

Contenu:

Apports de la formation :

- Faciliter le processus d'innovation
 - Obtenir des outils à la conduite du changement / d'amélioration des processus
 - Faire émerger des solutions créatives et rentables à travers l'analyse des besoins pour concevoir un produit/service adapté
- Le Design Thinking, c'est s'inspirer du mode de pensée des designers pour innover dans tous les domaines. Il impose une synthèse permanente entre les compétences analytiques des ingénieurs et des professionnels du marketing, et les compétences intuitives des créatifs.

La démarche du Design Thinking peut être résumée en trois étapes-clés :

- Identifier une problématique et comprendre son environnement
- Trouver le concept, l'idée qui permettra de la résoudre
- Concevoir la forme qui incarnera ce concept

Concrètement, le travail en mode Design Thinking s'organise autour de trois logiques :

- Une logique de co-création : une entreprise qui met le Design Thinking au cœur de son activité ne fait pas travailler ses départements de manière isolée, et instaure au contraire une logique « cross-département » favorisant l'intelligence collective.
- Une gymnastique intellectuelle alternant des phases d'intuition et d'analyse, dans une logique d'ouverture/fermeture.
- Une importance majeure accordée à l'étude de terrain qui offre une compréhension pleine et entière des expériences, contrairement aux classiques études quantitatives et qualitatives.

En adoptant et en intégrant le Design Thinking à la panoplie des ressources de management existantes, les entrepreneurs et managers augmentent la pertinence de leurs analyses par la prise en compte d'informations complémentaires générées par une approche propre au Design Thinking qui stimule à la fois la créativité et la rigueur dans la vérification des solutions retenues. Plus qu'un simple apport visuel, le design doit être compris comme une véritable source d'innovation : tout, de l'objet ou service lui-même au business model, peut être « designé ». Au XXI^e siècle, le Design Thinking est intégré à la culture et aux modèles de management des entreprises qui innovent avec succès, indépendamment du secteur et du type d'offre.

Le cours se déroule pour 90% en mode projet, permettant ainsi d'appliquer les grands principes de la méthode dans une logique de design sprint. L'objectif est de créer une expérience de design en 2 jours, que ce soit pour un parcours utilisateur déjà existant, ou en démarrant de zéro et ainsi de répondre à une problématique produit en un temps record pour un coût réduit.

Bibliographie :

- 101 repères pour innover, Véronique Hillen, 2014
- The Field Guide to Human-centered Design, IDEO, 2015
- Design thinking for educators, IDEO, 2012

This module is proposed within the business creation/innovation track.

Expected competencies:

- Developing creativity and a capacity to innovate
- Communicating and working with designers
- Using specific tools adapted to project phases and objectives
- Leading and managing a project using the Design Thinking approach

Learning outcomes:

- to facilitate the innovation process
- to master tools for change management / continuous process improvement
- to create profitable innovative solutions through needs analyses when devising an appropriate service/product.

The Design thinking approach can be summarized in 3 key steps:

- Defining the problem and understand its environment
- Finding the concept, the idea that will solve the problem
- Conceiving the form that materializes the concept

Design thinking is based on 3 notions:

- Collective intelligence: employees who work in a company that applies Design Thinking are encouraged to work together according to cross-functional collaboration.
- A mental gymnastics switching between intuitive and analysis phases.
- The importance of field study that offers a clear, comprehensive understanding of experiences, as opposed to conventional quantitative & qualitative studies.

Businesspersons and managers who adopt design thinking in their management increase the relevance of their analysis as the Design Thinking approach stimulates creativity and rigor when vetting selected solutions. Design thinking must be viewed as a provider of creativity and innovation, not only as visual input. Products or services as well as business models can be "Designed".

Design thinking was integrated into corporate business models in the early 2000's, and it allows enterprises to innovate with success.

90% of the class is in project mode, which allows for the implementation of the main fundamentals of the method in the design sprint format. The goal is to propose a 2-day design experience where product-oriented challenges will be addressed in a record time with cost reduction in mind.

Prerequisites: None

Content:

Recommended reading:

- 101 repères pour innover, Véronique Hillen, 2014
- The Field Guide to Human-centered Design, IDEO, 2015
- Design thinking for educators, IDEO, 2012
- Designer's Workbook, IDEO, 2012
- Bootcamp bootleg, Stanford D. School, 2010