DESIGN THINKING ET CRÉATIVITÉ

DESIGN THINKING

Responsable(s): Marie GOYON

| Cours : 26 | TD : 4 | TP : 0.0 | Autonomie : 0.0 | BE : 0.0 | Projet : 0.0 | Langue du cours : FR

Objectifs de la formation

Le design thinking considère l'innovation et son management dans une approche globale, pluriidisciplinaire et transversale faisant le
pont entre la pensée analytique et la pensée intuitive. La méthodologie design thinking met en oeuvre un processus de
créativité impliquant agilité, prototypage et itération. Les concepts, problèmes et solutions se perfectionnent en retour des contextes d'usage . Les élèves apprendront à situer un problème dans une perspective globale (économique, technique, sociologique…). et à transformer une idée en activité. Ils s'appuieront sur trois piliers

Mots-clés : créativité, idéation, design thinking, usages

Programme

Introduction au design thinking, démarche, théories et méthodes
Ateliers de créativité et idéation
Recherches de veille et analyse
Enquêtes de terrain
Scénarios d'usage

Compétences

- Envisager un problème de façon globale : désirabilité, faisabilité, viabilité
- Travailler de façon créative et transversale
- Adopter un regard itératif et centré usager
- Travailler en interdisciplinarité, piloter un projet d'innovation

Travail en autonomie

Objectifs : Travaux de groupe sur les projets,
Idéation, créativité, enquêtes, du concept à la solution

Méhodes : Application sur le projet, coaching

Bibliographie

BROWN Tim, *L'ESPRIT DESIGN: COMMENT LE DESIGN THINKING CHANGE L'ENTREPRISE ET LA STRATÉGIE*, Pearson, 2014
ROGER Martin *DESIGN OF BUSINESS: WHY DESIGN THINKING IS THE NEXT COMPETITIVE ADVANTAGE*, Harvard Business School Press, 2009
FOREST Joelle*CREATIVE RATIONALITY AND INNOVATION*, Wiley Blackwell, 2017

Contrôle des connaissances

Travail sur projet : présentations orales et dossier