

Design Thinking als Denkmodell und Handlungskompetenz

Anna Bernhardt

Design Thinking in der Praxis

- **Design Thinking** ist liegt im Trend. Der Innovationsansatz, der sich an der Arbeit von Designern orientiert, stellt bei der Kreation neuer Produkte und Services die Nutzerwünsche ins Zentrum.
- Dazu wird auf eine breite **Perspektivenvielfalt** im Innovationsteam ebenso Wert gelegt wie auf eine anregende Umgebung und ein **forschendes, iteratives Vorgehen**, bei dem Konzeptideen immer wieder mit Modellen des Kundennutzens abgeglichen werden.
- Im Themenworkshop lernen Sie die **Denk- und Arbeitsweisen** des Design Thinkings kennen und erleben deren **Kraft für das Hervorbringen von Innovationen**.

Zielgruppe

- Der Workshop richtet sich an alle, die **Methoden für Innovationsprozesse** nach dem Design-Thinking-Ansatz erlernen und sich insbesondere mit der diesen Methoden **zugrunde liegenden Haltung** auseinandersetzen wollen.
- Er richtet sich darüber hinaus an **Fach- und Führungskräfte**, insbesondere aus den Bereichen Research and Development, Business Development, Innovation, strategisches Management, Marketing und Vertrieb sowie an **Trainer*innen und Berater*innen**, die Innovationsprozesse anleiten oder begleiten wollen.



Kompetenzentwicklung

Am Ende der Weiterbildung verfügen Sie über...

- ein Grundverständnis für die **Haltung und die Denkweise** des Design Thinkings
- tiefgehende Einsichten über Sinn und Nutzen eines **konsequent menschenzentrierten Vorgehens** bei der Entwicklung neuer Lösungen und Innovationen
- Kenntnis über die verschiedenen **Phasen des Design Thinking Prozesses**
- theoretisches Hintergrund- und praktisches Anwendungswissen über die einzusetzenden **Methoden und Techniken**
- die Fähigkeit einen Design Thinking Prozess **aufzusetzen und anzuleiten.**

Inhalte der Weiterbildung

Design Thinking als Denkmodell

- Partizipation, Kollaboration, Co-Kreation, Experimentieren, Iteration
- Smarte Teams: T-Shaped-People, Multidisziplinarität
- Konvergentes und divergentes Denken, Analyse und Synthese

Aus dem Leben der Nutzer lernen

- Qualitative und ethnografische Methoden neu verfasst
- Empathie für den Nutzer entwickeln

Standpunkte definieren und Ideen finden

- Überraschend Einsichten in einem Standpunkt zusammenführen und lebendig beschreiben (Persona, Storytelling, Visualisierungen)
- Herausforderungen definieren, die das Problem beschreiben
- Lösungsideen finden

Umsetzen und Testen

- Prototypen entwickeln (Papiermodelle, Storyboards, Rollenspiele)
- Feedback einholen
- Konzepte verwerfen, verfeinern, neu erfinden

Referentin

Anna Bernhardt



- Studium der Psychologie, M.A., Zertifizierte Mediatorin
- Sie ist freiberufliche Psychologin (Design Thinking, Mediation, Verhandlungscoaching) und Personalentwicklerin in einem mittelständischen Unternehmen.
- Ihre Arbeitsschwerpunkte sind Mediation, Konfliktmanagement und Prozessbegleitung von Innovationen oder Veränderungen.

Umfang, Preis und Anmeldung

Umfang

- Ein 2-tägiger Workshop

Preis

- 799,00 €

Anmeldung

- <http://www.ph-akademie.de/anmeldung>

Setzen Sie sich für weitere Auskünfte sehr gerne mit uns in Verbindung!

Akademie für wissenschaftliche Weiterbildung an der pädagogischen Hochschule Heidelberg e.V.

Keplerstraße 87

69120 Heidelberg

Telefon: +49 6221 477 648

E-Mail: kontakt@ph-akademie.de



Akademie für wissenschaftliche
Weiterbildung an der Pädagogischen
Hochschule Heidelberg e.V.

Keplerstraße 87
69120 Heidelberg
Fon +49 6221 477 648
www.ph-akademie.de