

수업계획서

교과목명		디자인 씽킹을 통한 신상품개발	
수업목표 및 개요	최근 지식정보화 및 글로벌화가 진전되면서 혁신의 중요성이 강조되고 있다. 더욱이 경영환경이 점점 더 역동적이고 복잡해지면서 기술, 지식 및 혁신 자원의 창의적 활용이 기업의 성과에 중요한 결정요인으로 부각되고 있다. 따라서 본 과목에서는 기업의 기술 혁신, 프로세스 혁신, 제품 혁신, 비즈니스 모델 혁신, 관리 혁신 등 다양한 형태의 혁신 과정을 이해하고 통합할 수 있는 창의적 방법과 이론을 학습하고자 한다.		
선수과목(학습)	없음		
교재 및 참고문헌	1. Change by design(Tim Brown) 2. Designing for growth: a design thinking tool kit for managers(Liedtka and Ogilvie) 3. The Opposable mind(Roger Martin) 4. Harvard Business Cases		
담당교수	이선로	소속	(원주) 정경대학 경영학부
수업계획내용(영) (Syllabus in English)	This course aims to introduce the methodologies for how to creatively solve business problems and develop new business models in the dynamic business world.		

주	수업내용	Lecture
1	과목 소개	Introduction of this course
2	디자인 씽킹	Design Thinking
3	소비자 이해(Empathize)	Understanding of customers(Empathize)
4	고객 경험 분석	Analysis of customer experience
5	고객 해결과제 정의(Define)	Define the jobs to be done
6	아이디어 도출(Ideate)	Create ideas
7	가치요소 분석 및 검증	Analysis and validation of value factors
8	프로토타이핑(Prototyping) 비즈니스모델 캔버스	Prototyping Business model canvas
9	역혁신과 디자인	Reverse innovation and design
10	소비자 선호도 분석	Analysis of customers' preference
11	사회혁신과 디자인 씽킹	Social Innovation and design thinking