

Studiu Design Management i zaprojektuj swoją firmę na nowo

Studia podyplomowe Dobra marka i oryginalny wzór to gwarancja sukcesu, nie tylko w designie

Katarzyna Sklepiak

Design integruje wiele dziedzin: przemysł, naukę, inżynierię, technologię, sztukę i zarządzanie w celu wytworzenia produktu optymalnie zaspokajającego potrzeby odbiorcy.

W gospodarkach najbardziej rozwiniętych krajów zajmuje kluczowe miejsce, w szczególności w sektorach kreatywnych.

Rola designu w Polsce

Analiza SWOT przygotowana przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego z 2007 roku – na zlecenie Ministerstwa Gospodarki pokazuje, że mocna strona polskiej gospodarki to oparcie na branżach produkcyjnych, które w najbliższych latach nadal będą miały duży udział w krajowym PKB. Większość z 400 badanych polskich przedsiębiorstw (bo aż 76 procent) uważa, że wzornictwo odgrywa kluczową lub ważną rolę dla ich rozwoju, a 27 procent dostrzega istotny wpływ wzornictwa w ostatnim okresie.

Badania wskazują zatem na duży potencjał rozwoju przedsiębiorstw stosujących innowacje oparte na wzornictwie, a przede wszystkim na wzrost świadomości w firmach na temat dużej roli designu w osiągnięciu przewagi konkurencyjnej.

Jednakże, mimo że firmy mają świadomość wagi designu czy wzornictwa, co więcej nawet 78 procent badanych przedsiębiorców deklaruje, że pracuje nad nowym wzorem, to rzeczywistość wygląda trochę inaczej. Znacząca liczba firm modyfikuje cudze, czasem swoje wzory, a co dwunasta firma nie korzysta z projektantów. Małe i średnie przedsiębiorstwa prawie w ogóle nie prowadzą badań w zakresie preferencji konsumentów, działając w większości intuicyjnie, polegając całkowicie na opinii pracowników.

Owszem w każdej branży (odzież, akcesoria, ceramika, sprzęt AGD, RTV, meblarstwo, oświetlenie itp.) pojawili się liderzy wzornictwa, którzy konkurują z markami międzynarodowymi, a co ważniejsze potwierdzają wysoką stopę zwrotu w inwestycji w design.

Jednym z głównych wniosków płynących z prowadzonych badań jest brak specjali-



Podczas zajęć studenci zdobywają nie tylko praktyczne umiejętności, ale i wiedzę teoretyczną

stycznej wiedzy na temat zarządzania wzornictwem. Kadry przedsiębiorstw nie posiadają wiedzy z zakresu zarządzania designem, metod oceny efektywności wzornictwa w rozwoju firm, metodyki i procedur wdrażania designu, a jakość dostępnych usług jest niepokojąco niska. Problem jest tym bardziej znaczący, ponieważ wbrew potrzebom rynku nie są kształcone kadry, które mogłyby w polskich przedsiębiorstwach zajmować się zwiększaniem przewagi biznesowej w oparciu o design.

Design Management

– Kiedy pięć lat temu zaproponowano mi stworzenie działu rozwoju odpowiedzialnego za zarządzanie designem w firmie Meble VOX wiedza na ten temat nie była dostępna – przyznaje Anna Wróblewska, Design Management Konsultant, autorka innowacyjnych studiów menedżerskich w Wyższej Szkole Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa z zarządzania designem.

Efektom poszukiwań informacji dotyczących design managementu, zdobywania doświadczeń we współpracy z międzynarodowymi ekspertami, rozwiązywania realnych problemów firmy, aż w końcu szerokiego zapotrzebowania rynkowego na wiedzę o innowacyj-

nych sposobach zarządzania było powołanie menedżerskich studiów Design Management. W odpowiedzi na konkretne i wynikające z badań zapotrzebowanie na rynku pracy oraz zidentyfikowane potrzeby szkoleniowe pracowników na poziomie WSNHiD powstał projekt, którego głównym celem jest podniesienie kompetencji nie tylko pracowników i projektantów, ale i pracodawców w zakresie profesjonalnego wykorzystywania potencjału designu

w budowaniu konkurencyjności przedsiębiorstw.

Warto skorzystać z wiedzy wybitnych praktyków

Zgodnie z najnowszymi trendami w zakresie zarządzania przedsiębiorstwami, firmy „dobrze zaprojektowane” realizują swoją strategię. Jest ona oparta na designie, za pośrednictwem spójności pięciu elementów: produktu, komunikacji, informacji, otoczenia i usług – na wszystkich poziomach jej

funkcjonowania i we wszystkich obszarach jej aktywności. Na rocznych studiach z zakresu zarządzania designem w Wyższej Szkole Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa, których druga edycja rusza już w październiku 2010 roku – dowiesz się zatem: Jak odkrywać ludzkie potrzeby? Jak projektować na podstawie aktualnych trendów? Jak tworzyć innowacyjne i rynkowe produkty? Jak zarządzać fabryką, bankiem, hotelem w sposób spójny z wizerunkiem oferowanego produktu?

Studenci już od pierwszych zajęć pod okiem międzynarodowych specjalistów zdobywają doświadczenie podczas około 200 godzin warsztatów.

Praktyczne umiejętności wykorzystują przy opracowywaniu wspólnego projektu.

Słuchacze pracują wówczas w interdyscyplinarnych zespołach realizując ideę „design thinking”, której celem jest transfer wiedzy z różnych dziedzin, a następnie wypracowanie nowych, realnych korzyści: zwiększenia zysku, wzrostu zatrudnienia, zbudowaniu silnej pozycji rynkowej czy zaistnienia na nowych rynkach zagranicznych.

– Innowacyjność wdrażam w swojej pracy niemal od pierwszych zajęć, bo po warsztatach z profesorem Vergantim chce się tworzyć, chce się myśleć, chce się działać – mówi Karolina Pietz – absolwentka kierunku, na co

dzień prezes Zarządu Agencji Reklamowej NEKK. – W tej chwili bardziej holistycznie patrzę na prowadzone projekty. Dostrzegam też inność różnych osób, bo w pracy nad projektami mogłam się tutaj spotkać z projektantami, z osobami, które dotychczas nie miały do czynienia z biznesem.

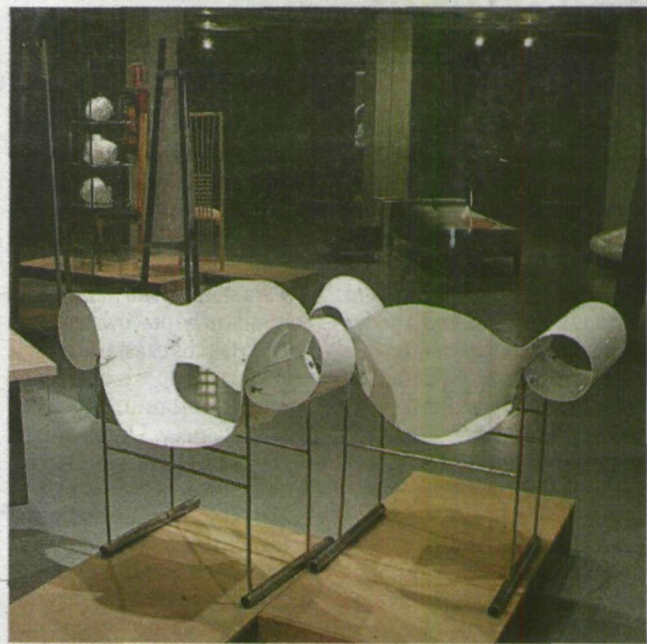
– Kluczową postacią na tych studiach był prof. Roberto Verganti – mówi Katarzyna Gliszczyńska, absolwentka kierunku, pracująca na stanowisku Design & Business Manager w firmie Pro Design. – Jego koncepcje są wyjątkowe, a design innovation jest wyjątkowy na skalę światową. Możliwość poznania tej strategii od człowieka, który ją stworzył i w sposób praktyczny wykorzystanie jej potem na zajęciach warsztatowych było świetnym doświadczeniem.

Poza Roberto Vergantim, profesorem zarządzania innowacjami na Politecnico di Milano, światowym ekspertem zarządzania designem, zajęcia prowadzi wyspecjalizowana kadra z międzynarodowym doświadczeniem praktycznym i edukacyjnym w zakresie design managementu w różnych sektorach branżowych, między innymi Tomek Rygaliak, projektant, laureat międzynarodowych konkursów, Aart van Bezoyen, holenderski projektant, materiałoznawca czy Zuzanna Skalska, trendwatcher.

Dla kogo te studia?

- Studia adresowane są głównie do kadry menedżerskiej wyższego i średniego szczebla przedsiębiorstw z różnych branż, dyrektorów zarządzających, menedżerów działów rozwoju, marketingu, badań czy analiz oraz władz samorządów terytorialnych. Innowacyjna wiedza, pozwalająca na efektywną współpracę w zespołach multidyscyplinarnych, będzie także niezwykle przydatna projektantom, grafikom czy absolwentom studiów technicznych, ekonomicznych i projektowych.
- Efektywne zarządzanie za pomocą designu podnosi

konkurencyjność przedsiębiorstw i służy ogólnemu rozwojowi firmy w każdej branży przemysłu. Pomaga zachować elastyczność, otwartość na nowe wyzwania rynku oraz gotowość do adaptacji w nowych warunkach. Umożliwia wejście na nowe rynki międzynarodowe, zwiększa zyski oraz wpływa na wzrost zatrudnienia. Służy budowaniu silnej pozycji rynkowej oraz spójnego i wyrazistego wizerunku firmy. Natomiast liczne statystyki potwierdzają, że firmy, które oparły swój sukces na innowacjach potrafią przetrwać w gospodarczo niestabilnych czasach.



Nowoczesne meble są teraz bardzo modne