**Warsztat WSTI**

**Design Thinking for Social Impact: Visual Communication for Change**

**Design Thinking: Komunikacja wizualna w służbie wpływu i zmiany społecznej**

Informacje podstawowe:

* Czas trwania: 4 dni (2–3 godziny dziennie), razem 8 do 10 godzin.
* Liczba uczestników: 10/12 studentów
* Wymagania dla uczestników:
  + Dobra znajomość języka angielskiego,
  + Dostęp do komputerów z dostępem do Internetu (możliwe wykorzystanie komputerów uczelnianych),
  + Poziom wiedzy: 5-7 semestr (3 i 4 rok studiów licencjackich
* Data i miejsce warsztatu - 15-18 października 2024 r., siedziba WSTI
* Kontakt i rejestracja: dr Piotr Dzik ([piotr.dzik@edu.wsti.pl](mailto:piotr.dzik@edu.wsti.pl)) wyłącznie drogą mailową do dnia 10.10.2024 r., obowiązuje zasada „kto pierwszy, ten lepszy”

**Program i przebieg**

**Dzień 1: Wprowadzenie do Design Thinking i identyfikacja problemu**

**Cel: Wprowadzenie do Design Thinking i identyfikacja istotnego problemu społecznego dla projektu.**

Program pierwszego dnia:

1. Wprowadzenie do Design Thinking

2. Wybór problemu

**Dzień 2: Pomysły i techniki komunikacji wizualnej**

**Cel: Generowanie kreatywnych pomysłów i stosowanie strategii komunikacji wizualnej.**

Program drugiego dnia:

Wykład na temat technik komunikacji wizualnej (30 min):

* Omówienie semiotyki wizualnej, teorii koloru i symboliki w projektowaniu graficznym.
* Wnioski z badań:
  + Roland Barthes o tym, jak obrazy niosą złożone znaczenia społeczne i polityczne.
  + Idea Marshalla McLuhana „medium jest przekazem”, badająca, w jaki sposób media kształtują rozumienie publiczne.

3. Grupowe tworzenie pomysłów

4. Szkicowanie koncepcji

**Dzień 3: Prototypowanie i opinie zwrotne (feedback)**

**Cel: Opracowanie i udoskonalenie prototypów na podstawie opinii zwrotnych**.

Program trzeciego dnia:

1. Wykład na temat technik prototypowania
2. Tworzenie prototypu
3. Przegląd projektów (galery walk) i sesja opinii zwrotnych (30 min)

**Dzień 4: Finalizacja i prezentacja**

**Cel: Ukończenie i zaprezentowanie projektu końcowego, refleksja nad procesem Design Thinking**.

Program czwartego dnia

1. Doskonalenie projektu
2. Prezentacje końcowe
3. Refleksja i podsumowanie

**Ostateczny wynik: Gotowe do wdrożenia projekty wizualne, takie jak serie plakatów, karty lub materiały kampanii medialnej.**

**Wskazane lektury (nieobowiązkowe, ale przydatne zalecenia od dr Piotra Dzika)**

*Beata Michalska-Dominiak, Piotr Grocholiński, Poradnik design thinking. Wyd: Onepress, 2022; [Do przeczytania PO warsztacie]*

*Do przeczytania (obejrzenia) PRZED WARSZTATEM*

*Roland Barthes, Mitologie, Wyd: Aletheia 2008. Z tego wydania:*

* *Wstęp Krzysztofa Kłosińskiego*
* *Wybrać sobie ze dwa eseje o reklamie, np. Saponiny i detergenty, Reklama i głębia czy Nowy Citroen. Eseje te mają maksimum kilka stron*

*Roland Barthes, Retoryka obrazu (tekst w załączeniu)*

*Marshall McLuhan, Quentin Fiore, The Medium is the Massage. W Polsce jest dostępne wydanie Penguin Books. Jest to graficzna (projektowa) interpretacja eseju McLuhana o komunikacji.*