|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ETAPAS** | **TRUKMĖ** | **APRAŠYMAS** | **VEIKLA** | **METODIKOS** | **LAIKAS[[1]](#footnote-1)** |
| **DALYVIŲ REGISTRACIJA, ATRANKA, MOKYMAI, SUTARČIŲ SUDARYMAS** | 3 sav. | * Dalyvių registracija, atranka, komandos sudarymas, dalyvių mokymai
 | * Iššūkio formuluotė ir aprašymas skelbiami VU internetinėje svetainėje, Instagram ir Facebook puslapiuose, VU naujienlaiškyje studentams
* Dalyvių pritraukimas, atranka ir mokymai
* Derinama trišalė praktinio mokymo sutartis (praktikos terminas, praktikos vadovai, organizacijų rekvizitai)
 | * Dalyvių registracijos forma
* Praktikantų mokymai
* Trišalė praktikos sutartis
 | 2025 m. Rugsėjo 1 – rugsėjo 21Rugsėjo 20 d. dalyvių mokymai |
| **PRADŽIA** | 3 sav. | * Komandų formavimas
* Praktikos sutarčių pasirašymas
* Iššūkio pateikimas ir formuluotė pagal *Design Thinking* metodiką
 | * Komandos formavimo užduoties atlikimas, atsakomybių sritys
* Pirmas susitikimas su VU praktikos vadovu, darbo principų apibrėžimas
* Pasiruošimas pirmam vizitui į organizaciją
* Vizitas į organizaciją, iššūkio konteksto pažinimas
* Iššūkio formuluotė (*gali pasikeisti nuo pradinės organizacijos pateiktos*)
 | * Team building
* Frame (how might we)
 | 2025 m. Rugsėjo 22 – spalio 12 |
| **ĮSIJAUTIMAS** | 2 sav. | * Tikslinės grupės interviu
* Media analizė
* Gerųjų pavyzdžių, konkurentų analizė
* Surinktų duomenų analizė ir vertinimas
 | * Pasiruošimas tikslinės grupės analizei (būdo pasirinkimas, kriterijų nustatymas, pasiruošimas)
* Tikslinės grupės analizė, rezultatų/išvadų apibendrinimas
* Media analizė (žiniasklaida, socialiniai tinklai; analizuojama – organizacija/ sritis/ tema)
* Gerųjų pavyzdžių, konkurentų analizė (konkurentų ir/arba gerųjų pavyzdžių apibrėžimas, pasiruošimas, analizė - susitikimai/ interviu/ viešai pateikiamos informacijos surinkimas)
* Surinktų duomenų analizė ir vertinimas
 | * Interview/ focus group
* Mind map
* Business model canvas
 | 2025 m. Spalio 13 – spalio 26 |
| **APIBRĖŽIMAS** | 2 sav. | * Konkrečios problemos apibrėžimas
* Tikslinės grupės analizė
* Vertės suvokimas
 | * Aptarimas, konkrečios problemos pasirinkimas ir pasirinkimo suderinimas su organizacija
* Tikslinės grupės patikslinimas (*gali pasikeisti*)
* Tikslinės grupės analizė („tipinis klientas“ – poreikiai, lūkesčiai, motyvuojantys faktoriai)
* Tikslinės grupės ir organizacijos santykio analizė, vertės apibrėžimas, potencialo nustatymas
 | * Persona
* Value proposition canvas
* Frame
 | 2025 m. Spalio 27– lapkričio 9 |
| **IDĖJŲ GENERAVIMAS** | 1 sav. | * Idėjų generavimas
* Idėjų atranka
 | * Idėjų generavimo sesija (viso – ne mažiau nei 100 idėjų)
* Asmeninių idėjų analizė, vertinimas, derinimas, pristatymas
* Idėjų vertinimas komandoje, vienos idėjos atranka
 | * Story cubes
* Dixit cards
* Method kit
 | 2025 m. Lapkričio 10 – lapkričio 16 |
| **PROTOTIPO(-Ų) KŪRIMAS** | 2 sav. | * Vizualaus prototipo kūrimas
* Grįžtamasis ryšys
* Projekto kūrimas
 | * Atrinktos idėjos vystymas, aptarimas, aprašymas
* Vizualaus prototipo kūrimas
* Prototipo pristatymas ir išbandymas su tikslinės grupės atstovais
* Grįžtamojo ryšio surinkimas, analizė, išvados
* Prototipo tobulinimas atsižvelgiant į surinktą grįžtamąjį ryšį
 | * Method kit
* Miro
* Canva
* Mural
 | 2025 m. Lapkričio 17 – lapkričio 30 |
| **TESTAVIMAS** | 1 sav. | * Pasiruošimas galutiniams pristatymams
* Pristatymo rengimas
* Pristatymas
 | * Pasiruošimas galutiniams pristatymams – praktikos vadovui, organizacijoje, universitete (pristatymo koncepcijos aptarimas, pristatymų datų ir laiko derinimas, atsakomybių paskirstymas)
* Pristatymo rengimas
* Pristatymai
 | * Feedback
 | 2025 m. Gruodžio 1- gruodžio 7 Gruodžio 9 d. galutiniai pristatymai |

1. Laikas nurodytas skiriant kiekvienam etapui po 1-2 kalendorines savaites, neatsižvelgiant į savaitgalius ir švenčių dienas. Nurodyti laiko tarpai realybėje gali skirtis. Siūloma aptarti lūkesčius ir rizikas dėl laiko kiekvieno etapo įgyvendinimui ir atsižvelgti į praktiką atliekančios studentų komandos darbo tempą. [↑](#footnote-ref-1)