|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 21  Rugsėjo 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)