

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Кафедра маркетинга
Факультет "Высшая школа управления"

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью
Организация: Финансовый университет при Правительстве РФ
Утверждено: Проректор по учебной и методической работе Е.А. Каменева
Сертификат: 0asa2jP9hK7iWLDtsnwRA8W2+ulg3/Zu
Дата: 21.03.2025 г.

С. А. Джендубаева
**Практикум "Развитие дизайн-мышления и
клиентоцентричность"**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 - Менеджмент

Образовательная программа:

Маркетинг

Профиль
Маркетинг

Рекомендовано
Факультет "Высшая школа управления"
(протокол №52 от 15.04.2025)

Одобрено
Кафедра маркетинга
(протокол №9 от 26.03.2025)

Москва 2025

Содержание

Наименование разделов РПД		Стр.
1.	Наименование дисциплины	5
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	5
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	11
4.	Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	11
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	11
5.1.	Содержание дисциплины	11
5.2.	Учебно-тематический план	13
5.3.	Содержание семинаров, практических занятий	14
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для	20

	самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	
6.1.	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	21
6.2.	Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	27
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	30
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	42
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	45
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	46
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных	52

	справочных систем	
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	52

1. Наименование дисциплины

«Практикум "Развитие дизайн-мышления и клиентоцентричность"».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения
УК-10	Способность осуществлять поиск, критически анализировать, обобщать и систематизировать информацию, использовать системный подход для решения поставленных задач	Четко описывает состав и структуру требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации.	Знать: Методы и инструменты сбора данных (опросы, интервью, цифровые метрики), принципы структурирования информации (например, карты эмпатии, CJM), техники визуализации данных (дашборды, инфографика). Уметь: Создавать план сбора данных для клиентоцентричных проектов, применять инструменты анализа (Excel) для обработки информации, интерпретировать результаты в контексте потребностей пользователя.
		Обосновывает сущность	Знать: Основы статистического

		происходящего, выявляет закономерности, понимает природу variability.	о анализа (корреляция, регрессия), методы выявления паттернов в данных (кластеризация, тренд-анализ), факторы, влияющие на изменчивость пользовательского поведения. Уметь: Проводить анализ данных для выявления ключевых драйверов проблем пользователей, объяснять причины variability в их запросах, использовать инсайты для генерации гипотез в дизайн-мышлении.
		Формулирует признак классификации, выделяет соответствующие ему группы однородных «объектов», идентифицирует общие свойства элементов этих групп, оценивает полноту результатов классификации, показывает	Знать: Принципы сегментации аудитории (по поведению, демографии, JTBD), методы категоризации данных (таксономия, персонажи пользователей), критерии оценки качества классификации (полнота, непротиворечивость).

		прикладное назначение классификацио нных групп	Уметь: Создавать сегменты пользователей на основе эмпирических данных, определять общие потребности групп, адаптировать дизайн-решения под специфику каждого сегмента, проверять актуальность классификации в динамической среде.
		Грамотно, логично, аргументирован о формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности	Знать: Принципы критического мышления (логические ошибки, когнитивные искажения), структуру аргументации (тезис- обоснование- доказательство), различия между объективными данными и субъективными интерпретация ми. Уметь: Строить аргументы на основе данных пользовательск их исследований, критически оценивать идеи

			команды, отделять подтвержденные факты (например, метрики) от предположений в процессе дизайн-сессий.
		Аргументированно и логично представляет свою точку зрения посредством и на основе системного описания.	Знать: Методы системного подхода (диаграммы причинно-следственных связей, системные карты), техники презентации (сторителлинг, питч-форматы), основы визуальной коммуникации. Уметь: Структурировать идеи в рамках системного описания проблемы (например, через ментальные карты), презентовать решения, связывая их с потребностями пользователей и бизнес-целями, использовать визуальные инструменты (Miro, Figma) для усиления логики выступления.
ПКП-1	Способность практического использования	Применяет современные методики	Знать: Современные маркетинговые

	современных концепций управления маркетинговой деятельностью организаций	управления маркетингом.	модели (SOSTAC, RACE, Customer Journey Mapping); инструменты анализа данных для маркетинга (Google Analytics, CRM-системы, медиапланирование); методы оценки эффективности кампаний (ROI, SAS, LTV). Уметь: Разрабатывать маркетинговые стратегии на основе данных и целей бизнеса; оптимизировать бюджет с учетом метрик эффективности; адаптировать стратегии под изменения рынка (тренды, поведение аудитории).
		Использует современные техники и методы продаж.	Знать: Методики продаж (SPIN, Challenger Sale, Solution Selling); техники работы с возражениями и закрытия сделок; инструменты автоматизации продаж (CRM, скрипты, email-маркетинг). Уметь: Применять техники выявления потребностей клиента

			(например, вопросы по SPIN); использовать CRM для управления воронкой продаж; адаптировать стиль коммуникации под разные типы клиентов.
		Демонстрирует навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем	Знать: Тренды в технологиях (AI, Big Data, AR/VR, автоматизация процессов); методы креативного решения проблем (дизайн-мышление, Agile, бережливый стартап); принципы внедрения инноваций в бизнес-процессы. Уметь: Интегрировать новые технологии в текущие процессы (например, использовать AI для анализа отзывов); применять дизайн-мышление для переосмысления устаревших решений; проводить эксперименты (A/B-тесты,

			пилотные проекты) для проверки гипотез.
--	--	--	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Практикум "Развитие дизайн-мышления и клиентоцентричность"» относится к Модуль "Коммуникации в бизнесе"

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 8 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа - Аудиторные занятия	16	16
<i>Лекции</i>	4	4
<i>Семинары, практические занятия</i>	12	12
Самостоятельная работа	92	92
Вид текущего контроля	Контрольная работа;	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет;	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Основы дизайн-мышления, итеративный подход, принципы human-centered design

История возникновения методологии, философские основы (human-centered design), этапы процесса (эмпатия, фокусировка, идеация, прототипирование, тестирование), ключевые принципы (итеративность, мультидисциплинарность), отличия от традиционного проектного подхода, связь с клиентоцентричностью, этические аспекты дизайна.

Тема 2. Эмпатия и исследования пользователей

Теория качественных и количественных исследований, методы сбора данных (интервью, наблюдение, CJM), формирование POV (Point of View), концепция Jobs To Be Done (JTBD), анализ скрытых и явных потребностей, создание пользовательских персонажей (user personas), этика взаимодействия, интерпретация инсайтов.

Тема 3. Генерация идей и валидация решений

Теория креативности (SCAMPER, латеральное мышление), методы мозгового штурма, принципы визуализации идей (ментальные карты, сториборды), прототипирование (low-fi, hi-fi), MVP/MLP-подходы, тестирование гипотез, анализ обратной связи, итерационная доработка.

Тема 4. Сервисный дизайн и клиентоцентричность

Основы сервисного дизайна (co-creation, touchpoints), интеграция цифрового и физического опыта, оптимизация процессов (As-Is vs. To-Be mapping), предиктивная аналитика, этика работы с персональными данными, оценка клиентского опыта (CJM, NPS, CES), редизайн устаревших сервисов.

Тема 5. Data-Driven подход и аналитика

Метрики клиентоцентричности (NPS, CSAT, CES), принципы A/B-тестирования, Big Data и персонализация, визуализация данных (дашборды, heatmaps), анализ воронки продаж, риски гиперперсонализации, инструменты (Google Analytics, Hotjar).

Тема 6. Agile, инновации и презентация проектов

Принципы Agile (манифест, спринты, ретроспективы), управление инновациями (RPA, AI), RACI-матрицы, методы разрешения конфликтов, сторителлинг (структура «проблема-решение-выгода»), визуальная коммуникация (инфографика, Figma), питч-презентации, модели обратной связи.

5.2. Учебно-тематический план

очно-заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем(разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия	
1	Основы дизайн-мышления, итеративный подход, принципы human-centered design	10	4	2	2	6
2	Эмпатия и исследование пользователей	20	2	0	2	18
3	Генерация идей и валидация решений	20	2	0	2	18
4	Сервисный дизайн	22	4	2	2	18

	клиентоцентричность					
5	Data-Driven подход и аналитика	20	2	0	2	18
6	Agile, инновации и презентация проектов	16	2	0	2	14
	Итого	108	16	4	12	92

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях	Формы проведения занятий
Основы дизайн-мышления, итеративный подход, принципы human-centered design	История возникновения дизайн-мышления: ключевые этапы развития, влияние IDEO и Stanford d.school, примеры первых успешных кейсов (редизайн продуктов Apple, трансформация сервисов Airbnb). Этапы дизайн-мышления: последовательность (эмпатия, фокусировка, идеация, прототипирование, тестирование), взаимосвязь и цикличность процесса. Принципы human-centered design: отличие	Групповая дискуссия (обсуждение истории, принципов, этики). Анализ кейсов (успешные/провальные проекты: Apple, Airbnb, стартапы). Воркшопы (построение ментальных карт, CJM, использование Miro/Figma). Ролевые игры (имитация этапов дизайн-мышления, распределение ролей в команде). Сквозной проект (от исследования до прототипа с итерациями). Питч-сессии (защита

	от product-centered подхода, роль пользователя в принятии решений. Итеративность как основа методологии: причины необходимости постоянных доработок, примеры итераций в реальных проектах (MVP-подход в стартапах, доработка интерфейсов). Мультидисциплинарность команды: преимущества смешанных команд (дизайнеры, инженеры, маркетологи), вызовы в управлении междисциплинарным и проектами. Сравнение с традиционным проектным подходом: ограничения линейных методов (Waterfall) vs. гибкость дизайн-мышления. Этические аспекты дизайна: манипуляции поведением пользователей (темные паттерны), ответственность за социальные последствия решений (экологичность, инклюзивность). Клиентоцентричность как философия: связь дизайн-мышления с удовлетворением потребностей клиентов, метрики успеха (NPS, CSAT, CES).	идей, клиентоцентричные решения). Дискуссия-дебаты («Waterfall vs. Дизайн-мышление»).
Эмпатия и		

исследования пользователей	Методы качественных исследований: интервью, этнографическое наблюдение, фокус-группы — сильные и слабые стороны. Построение карты эмпатии (CJM): структура, ключевые элементы (действия, мысли, эмоции, боли пользователей). Сегментация аудитории: критерии (демография, поведение, JTBD — Jobs To Be Done), выявление скрытых потребностей. Создание пользовательских персонажей (user personas): на основе данных исследований, проверка на репрезентативность. Анализ данных: тематическое кодирование, выявление паттернов, интерпретация качественной информации. Этика исследований: конфиденциальность данных, информированное согласие, избегание предвзятости. Инструменты визуализации: CJM, дашборды, инфографика — как сделать данные доступными для команды. Интеграция результатов исследований: превра	Групповая дискуссия (обсуждение методов, этики, сложных кейсов). Анализ реальных исследований (примеры из Airbnb, банковских сервисов, госуслуг). Воркшоп по созданию карты эмпатии (для вымышленного/реального продукта). Ролевая игра: проведение интервью (имитация интервьюера и пользователя). Этический аудит исследований (разбор кейсов на соответствие стандартам). Сквозной проект (от сбора данных до формулировки POV). Визуализация данных в Miro/Figma (создание CJM и инфографики).
-----------------------------------	---	---

	щение инсайтов в гипотезы для дизайн-мышления.	
Генерация идей и валидация решений	Методы генерации идей: мозговой штурм, SCAMPER, латеральное мышление — преимущества и ограничения. Принципы создания прототипов: различия между low-fi и hi-fi, цели быстрого прототипирования. MVP (Minimum Viable Product): критерии определения, роль в валидации гипотез. Тестирование решений: методы сбора обратной связи (опросы, юзабилити-тесты, А/В-тесты). Итеративный подход: адаптация решений на основе данных, циклы обратной связи. Инструменты визуализации: ментальные карты, сториборды, цифровые макеты (Figma, Adobe XD). Этика валидации: использование данных пользователей, баланс между инновациями и манипуляциями. Интеграция результатов тестирования: доработка продукта, переход от гипотез к финальному решению.	Групповая дискуссия (обсуждение методов генерации, кейсов провалов/успехов). Анализ реальных проектов (примеры MVP от Dropbox, Airbnb, стартапов). Воркшоп по созданию low-fi прототипов (бумажные макеты, цифровые эскизы). Ролевая игра: презентация идей стейкхолдерам (инвесторы, менеджеры). Практикум по А/В-тестированию (планирование гипотез, анализ результатов). Сквозной проект (от генерации идеи до тестирования и доработки). Питч-сессия (защита решений с аргументацией на основе данных). Работа в цифровых инструментах (Figma, Miro для визуализации идей).
Сервисный дизайн и		

клиентоцентричность	Основные принципы сервисного дизайна: проектирование сквозного клиентского опыта, интеграция офлайн- и онлайн-каналов. Инструменты сервисного дизайна: Customer Journey Map (CJM), Blueprint, прототипирование сервисов. Клиентоцентричность как основа: методы вовлечения клиентов в процесс разработки (краудсорсинг, co-creation). Этические аспекты сервисного дизайна: конфиденциальность данных, прозрачность взаимодействий. Анализ точек касания (touchpoints): выявление ключевых моментов взаимодействия клиента с сервисом. Метрики клиентоцентричности: NPS, CES, CSAT — применение в оценке сервисов. Редизайн сервисов: устранение «болевых точек» на основе обратной связи. Интеграция цифровых технологий: использование AI и Big Data для персонализации сервисов.	Групповая дискуссия (обсуждение принципов сервисного дизайна и клиентоцентричности). Анализ кейсов (примеры успешных/провальных сервисов: банковские приложения, госуслуги). Воркшоп по созданию CJM и Blueprint для реального сервиса. Ролевая игра: моделирование взаимодействия клиента с сервисом (офлайн и онлайн). Этический аудит существующих сервисов: оценка конфиденциальности и прозрачности. Сквозной проект: редизайн сервиса с учетом клиентоцентричности. Питч-сессия: презентация решений для улучшения клиентского опыта.
Data-Driven подход и аналитика	Роль данных в бизнесе: преимущества Data-Driven подхода, примеры успешного	Групповая дискуссия (роль данных в разных отраслях, этические

	применения (Netflix, Amazon). Ключевые метрики аналитики: конверсия, ROI, LTV, CAC — расчет и интерпретация. Инструменты сбора данных: Google Analytics, CRM-системы, Heatmaps (Hotjar), социальные метрики. А/В-тестирование: планирование экспериментов, анализ результатов, принятие решений. Визуализация данных: создание дашбордов (Tableau, Power BI), инфографика, storytelling. Big Data и AI: применение для прогнозирования спроса, персонализации сервисов, выявления паттернов. Этические аспекты: конфиденциальность данных, избегание манипуляций, прозрачность алгоритмов. Ошибки в аналитике: ложные корреляции, когнитивные искажения, переоценка количественных данных.	дилеммы). Анализ кейсов (примеры из ритейла, FinTech, медиа — как данные изменили бизнес-процессы). Воркшоп по созданию дашбордов в Tableau/Power BI на основе открытых наборов данных. Ролевая игра: презентация данных стейкхолдерам (менеджеры, инвесторы). Этический аудит: оценка реальных проектов на соответствие GDPR и нормам конфиденциальности. Сквозной проект: анализ воронки продаж, выявление узких мест и предложение решений. Питч-сессия: защита Data-Driven стратегии для гипотетического продукта.
Agile, инновации и презентация проектов	Принципы Agile: отличие от Waterfall, ключевые ценности манифеста Agile, гибкость в	Групповая дискуссия (Agile vs. Waterfall, этика инноваций). Анализ кейсов (Spotify,

	условиях неопределенности. Итерации и спринты: роль в ускорении разработки, примеры из IT и нетехнических сфер (маркетинг, образование). Инструменты Agile: Scrum, Kanban, RACI-матрицы — применение в управлении проектами. Генерация инноваций: методы дизайн-мышления, краудсорсинг, хакатоны — как стимулировать креативность команды? Управление изменениями: преодоление сопротивления команды и клиентов при внедрении инноваций. Сторителлинг в презентациях: структура «проблема-решение-выгода», визуальная коммуникация (инфографика, семиотика). Цифровые инструменты для презентаций: PowerPoint, Figma, Canva — как усилить логику выступления? Обратная связь и доработка: методы анализа фидбека (Sandwich-метод), адаптация проектов под новые требования.	Amazon — как Agile и инновации изменили их процессы). Воркшоп по Scrum/Kanban (планирование спринтов, распределение задач на доске). Ролевая игра: имитация работы Agile-команды (роли: скрам-мастер, разработчик, стейкхолдер). Создание презентации для гипотетического проекта. Питч-сессия: защита проектов перед «инвесторами» с фокусом на инновационность. Сквозной проект: разработка MVP с использованием Agile-подхода. Этический аудит инноваций: оценка социальных и бизнес-последствий решений.
--	--	---

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Основы дизайн-мышления, итеративный подход, принципы human-centered design	1. Эволюция дизайн-мышления: от индустриального дизайна до human-centered подхода. Ключевые исторические вехи.2. Философские основы human-centered design: связь с гуманистической психологией и социальными науками.3. Анализ инструментов визуализации идей: таксономия методов (ментальные карты, CJM, сториборды) и их эволюция.4. Роль POV (Point of View) в дизайн-мышлении: техники формулировки гипотез на основе данных.5. Критический анализ «темных паттернов» в дизайне: этические конфликты между бизнес-целями и интересами пользователей.6. Применение дизайн-мышления в	1. Изучение научных статей по истории дизайн-мышления.2. Создание таксономии инструментов — визуальная схема методов дизайн-мышления с примерами их применения.3. Проведение мини-исследования по использованию дизайн-мышления в нестандартной сфере (например, в музеях или библиотеках).4. Разработка POV-формулировки для гипотетической проблемы (например, улучшение онлайн-образования) на основе открытых данных.5. Сравнительный анализ кейсов — например, как дизайн-мышление применяется в стартапах vs. корпорациях.6. Рефлексивный дневник — фиксация

		нетипичных сферах: образование, здравоохранение, госсектор.7. Сравнение методологий: дизайн-мышление vs. Lean Startup vs. Agile — общее и различия.8. Влияние цифровых технологий (AI, Big Data) на трансформацию классического дизайн-мышления.	личных наблюдений о том, как принципы human-centered design проявляются в повседневной жизни.
Эмпатия исследования пользователей	и	1. Этические дилеммы в качественных исследованиях: как избежать манипуляций и обеспечить прозрачность при сборе данных?2. Культурные различия в интерпретации потребностей: влияние национальных, социальных и гендерных особенностей на исследования.3. Нейронаука в исследованиях пользователей: применение биометрических данных (эмоции, внимание) и их ограничения.4. Когнитивные искажения: как предвзятость исследователя влияет на достоверность результатов?5. Искусственный интеллект в анализе данных: автоматизация обработки текстовых и	1. Проведение мини-исследования: этнографическое наблюдение за поведением пользователей в общественных местах (торговые центры, кафе) с фиксацией инсайтов.2. Сравнительный анализ методологий: демографической и психографической сегментации на примере реальных кейсов.3. Создание гайда по этике: разработка чек-листа для избежания манипуляций в интервью и фокус-группах.4. Критический разбор кейса: выявление когнитивных искажений в известных исследованиях (например, предвзятость подтверждения).5. Интерактивная карта эмпатии: визуализация СМ для международного

	поведенческих данных (NLP, ML).6. Сравнение методологий сегментации: демография vs. психография vs. Jobs To Be Done (JTBD).7. Критическая оценка карт эмпатии: эффективность в B2B vs. B2C секторах.8. Эволюция методов исследований: как цифровизация изменила подходы к сбору и анализу данных?	продукта с учетом культурных особенностей (Miro/Figma).6. Анализ культурного влияния: сравнение пользовательских потребностей в разных странах на примере сервисов (например, Uber vs. Яндекс.Такси).
Генерация идей и валидация решений	1. Методы латерального мышления: как техники де Боно (шесть шляп, провокационные идеи) применяются в нетипичных сферах (медицина, образование).2. Этика прототипирования: использование данных пользователей в тестировании — баланс между инновациями и конфиденциальностью.3. Психология креативности: как когнитивные ограничения (например, функциональная закреплённость) влияют на генерацию идей?4. Валидация в B2B vs. B2C: различия в подходах к тестированию гипотез для корпоративных и массовых продуктов.5. Роль искусственного интеллекта:	1. Эксперимент с латеральным мышлением: применение метода «случайного слова» для решения локальной проблемы (например, оптимизация очередей в университете).2. Создание прототипа с использованием AI: генерация идеи через ChatGPT/DALL-E и её ручная доработка в Figma.3. Анализ провальных кейсов: разбор стартапов, которые провалились из-за ошибок в валидации (например, Juicero, Google Glass).4. Разработка гйда по инклюзивной валидации: чек-лист для тестирования продуктов с участием людей с ограниченными возможностями.5. Исследование когнитивных

	применение GPT-4 и нейросетей для генерации идей и анализа обратной связи.6. Критика MVP: случаи, когда минимально жизнеспособный продукт приводит к провалу (примеры из стартапов).7. Альтернативы A/B-тестированию: методы многовариантного анализа и их ограничения в динамичных средах.8. Инклюзивный дизайн: как валидировать решения для людей с ограниченными возможностями?	искажений: проведение мини-эксперимента в группе (например, как «эффект якоря» влияет на оценку идей).6. Создание цифрового MVP: использование no-code платформ (Bubble, Webflow) для быстрой сборки и тестирования гипотезы.7. Критический обзор AI-инструментов: сравнение эффективности GPT-4, MidJourney и аналогов в генерации решений.
Сервисный дизайн и клиентоцентричность	1. Цифровизация сервисов: как технологии (AI, IoT) меняют проектирование офлайн- и онлайн-взаимодействий? Примеры из ритейла и банкинга.2. Культурные особенности сервисного дизайна: адаптация CJM для международных рынков (например, Uber в Азии vs. Европе).3. Этика данных в клиентоцентричности: конфликты между персонализацией и конфиденциальностью.4. Инклюзивный сервисный дизайн: проектирование услуг для людей с ограниченными возможностями	1. Аудит существующего сервиса: выявление «болевых точек» через CJM и предложение улучшений (например, доставка еды, онлайн-банкинг).2. Создание инклюзивного CJM: проектирование сервиса для людей с нарушениями зрения/слуха в Figma/Miro.3. Практикум с AI-инструментами: использование ChatGPT для генерации персонализированных сценариев обслуживания.4. Сравнительный анализ: оценка клиентоцентричности двух конкурирующих сервисов (например, Bolt vs. Uber) по метрикам CES и CSAT.5.

	(кейсы аэропортов, госучреждений).5. Оценка эффективности сервисов: метрики Beyond NPS (например, Customer Effort Score, Retention Rate).6. Сравнение B2B и B2C: различия в подходах к клиентоцентричности (лонгриды vs. мгновенная поддержка).7. Экологичность сервисов: как снизить углеродный след через дизайн процессов (примеры логистики, HoReCa).8. Предиктивная аналитика: использование данных для прогнозирования потребностей клиентов (кейсы Netflix, Spotify).	Разработка экологичного сценария: оптимизация логистики вымышленного сервиса с учетом углеродного следа (карта процессов в Miro).6. Кейс-стади GDPR: разбор конфликтных ситуаций (например, утечка данных) и проектирование решений.7. Прототипирование чат-бота: создание MVP для автоматизации поддержки клиентов (Tilda, Botmaker).8. Исследование культурных различий: адаптация CJM гипотетического сервиса под рынок Ближнего Востока или Африки.
Data-Driven подход и аналитика	1. Пределы Data-Driven подхода: кейсы, где избыток данных привел к ошибочным решениям (например, когнитивные искажения в аналитике Netflix).2. Этика работы с Big Data: конфликт между персонализацией и конфиденциальностью (GDPR, «темные паттерны» в рекомендательных системах).3. Инструменты реального времени: применение Apache Kafka и потоковой аналитики для мгновенных решений	1. Анализ открытого датасета (например, продажи магазинов) и визуализация ключевых инсайтов в Tableau.2. Эксперимент с A/B-тестированием: создание гипотезы для сайта/приложения и расчет статистической значимости в Google Optimize.3. Критический разбор кейса: выявление misleading-графиков в СМИ или научных статьях и их переработка для точности.4. Создание чат-бота на основе NLP:

	(кейсы из ритейла и логистики).4. Аналитика для малого бизнеса: как стартапы могут конкурировать с корпорациями без бюджета на Big Data?5. AI в прогнозировании: ограничения машинного обучения при работе с редкими событиями (например, пандемии, кризисы).6. Визуализация сложных данных: как избежать misleading-графиков и сохранить объективность (примеры из медиа и науки).7. Анализ текстовых данных: применение NLP для обработки отзывов и соцсетей — погрешности и этические риски.8. Data-Driven в госсекторе: успехи и провалы использования данных в управлении городами (smart city, транспортные системы).	обработка текстовых запросов пользователей с помощью ChatGPT API или Dialogflow.5. Оценка гипотетического сервиса на соответствие нормам конфиденциальности данных.6. Проектирование дашборда для малого бизнеса.7. Анализ данных умного города: работа с открытыми данными (например, транспортная загруженность) и предложение оптимизаций.8. Сравнение AI-инструментов: тестирование GPT-4, Claude и аналогов в решении аналитических задач (например, прогнозирование спроса).
Agile, инновации и презентация проектов	1. Гибридные методологии: сочетание Agile с Waterfall или Lean — преимущества и риски (примеры из строительства и фармацевтики).2. Agile в нетехнических сферах: применение гибких методов в образовании, здравоохранении, государственном управлении.3. Этика инноваций: как	1. Симуляция гибридного проекта: планирование этапов (Agile + Waterfall) для гипотетического продукта в Notion/Trello.2. Анализ кейса провала Agile: разбор ошибок в известных проектах (например, Healthcare.gov) и предложение решений.3. Создание AI-ассистента для Agile: настройка ChatGPT для

	избежать эксплуатации команды в условиях спринтов и дедлайнов? Примеры выгорания в стартапах.4. Использование AI в Agile: автоматизация stand-up митингов, трекинг задач через ChatGPT, этические дилеммы.5. Критика Agile: кейсы провалов из-за неправильной имплементации (например, игнорирование ретроспектив).6. Сторителлинг для технических проектов: как визуализировать сложные данные для нетехнической аудитории?7. Культурные барьеры в Agile: влияние национальных особенностей на принятие гибких методологий (примеры Японии vs. США).8. Презентация для инвесторов: баланс между креативностью и структурированностью — анализ успешных питчей (Tesla, SpaceX).	генерации задач, трекинга прогресса и анализа ретроспектив.4. Дизуализация технических метрик (например, скорость разработки) через инфографику в Canva.5. Культурный аудит: сравнение Agile-практик в компаниях из разных стран на основе открытых кейсов (Toyota vs. Spotify).6. Разработка питч-дека: создание презентации для гипотетического стартапа с фокусом на инновационность и метрики.7. Эксперимент с инструментами: сравнение Jira, ClickUp и Asana для управления задачами в мини-проекте (например, организация события).8. Ретроспектива личного опыта: анализ применения Agile-принципов в учебных проектах (через матрицу Eisenhower).
--	--	--

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примеры заданий к "Контрольная работа"

Перечень тем для подготовки к контрольной работе

1. Этапы дизайн-мышления и их взаимосвязь.

2. Методы сбора данных о пользователях (интервью, наблюдение, CJM).
3. Формулировка POV (Point of View) на основе инсайтов.
4. Техники генерации идей (SCAMPER, мозговой штурм).
5. Создание и тестирование low-fi прототипов.
6. Методы юзабилити-тестирования и анализ обратной связи.
7. Использование метрик клиентоцентричности (NPS, CSAT, CES).
8. Построение Customer Journey Map (CJM) и выявление «болевых точек».
9. Принципы Agile и их применение в управлении проектами.
10. Подготовка и защита презентаций (сторителлинг, визуальная коммуникация).

Примеры заданий для подготовки:

1. Проведите интервью с одноклассником, чтобы выявить его потребности в улучшении учебного процесса. Сформулируйте POV.
2. Создайте бумажный прототип приложения для решения проблемы очередей в столовой.
3. Проанализируйте CJM онлайн-магазина и предложите 3 улучшения на основе «болевых точек».
4. Рассчитайте NPS для гипотетического сервиса, где 40% пользователей — промоутеры, 30% — нейтралы, 30% — критики.
5. Смоделируйте Agile-спринт для разработки фичи мобильного приложения (цели, задачи, сроки).

Контрольная работа (практические задания - три варианта на выбор)

Задание 1. Анализ проблемы и генерация решений

Контекст:

Пользователи нового мобильного приложения для заказа такси жалуются на долгое время поиска водителей.

Задачи:

1. Проведите этап эмпатии: составьте 5 вопросов для интервью с пользователями.
2. Сформулируйте POV на основе гипотетических данных (например: «Пользователи хотят сократить время ожидания, но не готовы жертвовать безопасностью»).
3. Предложите 3 идеи улучшения приложения и выберите одну для прототипирования.
4. Создайте схематичный low-fi прототип (набросок на бумаге или в Figma).

Задание 2. Оптимизация CJM и data-driven подход

Контекст:

Онлайн-магазин заметил, что 70% пользователей бросают корзину на этапе оплаты.

Задачи:

1. Постройте CJM для этапа «Оплата» (укажите точки взаимодействия, эмоции, проблемы).
2. Предположите 2 причины проблемы на основе данных (например: сложная форма оплаты, скрытые комиссии).
3. Проведите A/B-тест: предложите 2 варианта улучшения процесса и опишите, как будете измерять успех.
4. Рассчитайте NPS, если 50% клиентов — промоутеры, 30% — нейтралы, 20% — критики.

Задание 3. Agile и решение конфликтов

Контекст:

Команда разрабатывает фитнес-приложение, но из-за конфликтов между дизайнерами и разработчиками проект отстает от графика.

Задачи:

- 1.

1. Составьте план Agile-спринта на 2 недели (цели, задачи, ответственные).
2. Назовите 3 метода преодоления конфликтов в команде.
3. Создайте прототип фичи «Персональные тренировки» и опишите, как будете тестировать её с пользователями.
4. Подготовьте мини-презентацию (3 слайда) для стейкхолдеров с аргументацией ваших решений.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2.
Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

УК-10 Способность осуществлять поиск, критически анализировать, обобщать и систематизировать информацию, использовать системный подход для решения поставленных задач

1) Четко описывает состав и структуру требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Методы и инструменты сбора данных (опросы, интервью, цифровые метрики), принципы структурирования информации (например, карты эмпатии, CJM), техники визуализации данных (дашборды, инфографика).

Уметь: Создавать план сбора данных для клиентоцентричных проектов, применять инструменты анализа (Excel) для обработки информации, интерпретировать результаты в контексте потребностей пользователя.

Типовые контрольные задания

Задания для «Знать»:

- Теоретический вопрос: «Перечислите 3 метода сбора качественных данных в клиентоцентричном проекте. Объясните, в каких ситуациях они наиболее эффективны».
- Тест: «Выберите правильные принципы структурирования информации: а) СМ, б) SWOT-анализ, в) Карта эмпатии, г) PEST-анализ».

Задания для «Уметь»:

- Практическое задание: «Разработайте план сбора данных для проекта по улучшению UX мобильного приложения. Укажите методы (опросы, интервью), целевую аудиторию и инструменты анализа».
- Кейс: «Даны сырые данные опроса пользователей. Визуализируйте их, выделив 3 ключевые проблемы клиентов».

2) Обосновывает сущность происходящего, выявляет закономерности, понимает природу вариабельности.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Основы статистического анализа (корреляция, регрессия), методы выявления паттернов в данных (кластеризация, тренд-анализ), факторы, влияющие на изменчивость пользовательского поведения.

Уметь: Проводить анализ данных для выявления ключевых драйверов проблем пользователей, объяснять причины вариативности в их запросах, использовать инсайты для генерации гипотез в дизайн-мышлении.

Типовые контрольные задания

Задания для «Знать»:

- Теоретический вопрос: «Объясните, как корреляционный анализ помогает выявлять паттерны в поведении пользователей. Приведите пример».
- Тест: «Что из перечисленного влияет на вариабельность запросов пользователей? а) Культурные различия, б) Технические ошибки, в) Сезонность, г) Все ответы верны».

Задания для «Уметь»:

- Практическое задание: «На основе данных о времени использования приложения выявите аномалии и предложите гипотезы их причин (например, технические сбои, сезонность)».
- Кейс: «Проведите кластеризацию пользователей по данным их взаимодействия с сайтом. Определите 2 ключевых сегмента и их общие черты».

3) Формулирует признак классификации, выделяет соответствующие ему группы однородных «объектов», идентифицирует общие свойства элементов этих групп, оценивает полноту результатов классификации, показывает прикладное назначение классификационных групп

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Принципы сегментации аудитории (по поведению, демографии, JTBD), методы категоризации данных (таксономия, персонажи пользователей), критерии оценки качества классификации (полнота, непротиворечивость).

Уметь: Создавать сегменты пользователей на основе эмпирических данных, определять общие потребности групп, адаптировать дизайн-решения под специфику каждого сегмента, проверять актуальность классификации в динамической среде.

Типовые контрольные задания

Задания для «Знать»:

- Теоретический вопрос: «Назовите 3 критерия сегментации аудитории в e-commerce. Обоснуйте их выбор».
- Тест: «Какие из перечисленных методов относятся к таксономии?
а) Персонажи пользователей, б) А/В-тестирование, в) JTBD, г) Карта эмпатии».

Задания для «Уметь»:

- Практическое задание: «Создайте таксономию ошибок в интерфейсе на основе данных юзабилити-тестирования. Оцените полноту классификации».

- Кейс: «Перед вами данные о клиентах банка. Разделите их на сегменты по поведенческим признакам и предложите для каждого сегмента уникальное дизайн-решение».

4) Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Принципы критического мышления (логические ошибки, когнитивные искажения), структуру аргументации (тезис-обоснование-доказательство), различия между объективными данными и субъективными интерпретациями.

Уметь: Строить аргументы на основе данных пользовательских исследований, критически оценивать идеи команды, отделять подтвержденные факты (например, метрики) от предположений в процессе дизайн-сессий.

Типовые контрольные задания

Задания для «Знать»:

- Теоретический вопрос: «Опишите структуру аргументации (тезис-обоснование-доказательство). Приведите пример из дизайн-мышления».
- Тест: «Какое утверждение является фактом, а какое — мнением? а) «80% пользователей закрывают страницу через 10 секунд», б) «Интерфейс неудобный»».

Задания для «Уметь»:

- Практическое задание: «Проанализируйте предложенную гипотезу улучшения UX. Выявите логические ошибки в аргументации и предложите корректировки».
- Кейс: «В ходе дискуссии команды прозвучали тезисы: «Пользователям не нравится цвет кнопки» и «Конверсия снизилась на 15%». Определите, где факт, а где интерпретация».

5) Аргументированно и логично представляет свою точку зрения посредством и на основе системного описания.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Методы системного подхода (диаграммы причинно-следственных связей, системные карты), техники презентации (сторителлинг, питч-форматы), основы визуальной коммуникации.

Уметь: Структурировать идеи в рамках системного описания проблемы (например, через ментальные карты), презентовать решения, связывая их с потребностями пользователей и бизнес-целями, использовать визуальные инструменты (Miro, Figma) для усиления логики выступления.

Типовые контрольные задания

Задания для «Знать»:

- Теоретический вопрос: «Объясните, как сторителлинг усиливает презентацию дизайн-решения. Приведите пример».
- Тест: «Какие элементы включают системные карты? а) Причинно-следственные связи, б) Визуальные метафоры, в) Пользовательские сценарии, г) Бизнес-метрики».

Задания для «Уметь»:

- Практическое задание: «Создайте ментальную карту проблемы низкой вовлеченности пользователей в приложение. Включите факторы, последствия и возможные решения».
- Кейс: «Подготовьте презентацию для стейкхолдеров, используя системный подход: свяжите дизайн-решение с метриками (NPS, конверсия) и потребностями пользователей».

ПКП-1 Способность практического использования современных концепций управления маркетинговой деятельностью организаций

1) Применяет современные методики управления маркетингом.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Современные маркетинговые модели (SOSTAC, RACE, Customer Journey Mapping); инструменты анализа данных для маркетинга (Google Analytics,

CRM-системы, медиапланирование); методы оценки эффективности кампаний (ROI, CAC, LTV).

Уметь: Разрабатывать маркетинговые стратегии на основе данных и целей бизнеса; оптимизировать бюджет с учетом метрик эффективности; адаптировать стратегии под изменения рынка (тренды, поведение аудитории).

Типовые контрольные задания

Задания для «Знать»:

- Теоретический вопрос: «Опишите этапы модели SOSTAC и приведите пример их применения для запуска нового продукта».
- Тест: «Какая метрика показывает окупаемость маркетинговых инвестиций? а) ROI, б) CAC, в) CTR, г) NPS».

Задания для «Уметь»:

- Практическое задание: «На основе данных о расходах и доходах кампании рассчитайте ROI и предложите 3 способа его увеличения».
- Кейс: «Даны данные о падении конверсии сайта. Разработайте план действий с использованием Customer Journey Mapping».

2) Использует современные техники и методы продаж.

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Методики продаж (SPIN, Challenger Sale, Solution Selling); техники работы с возражениями и закрытия сделок; инструменты автоматизации продаж (CRM, скрипты, email-маркетинг).

Уметь: Применять техники выявления потребностей клиента (например, вопросы по SPIN); использовать CRM для управления воронкой продаж; адаптировать стиль коммуникации под разные типы клиентов.

Типовые контрольные задания

Задания для «Знать»:

- Теоретический вопрос: «Назовите 4 типа вопросов в методике SPIN и их роль в продажах».

- Тест: «Какой метод продаж фокусируется на «обучении» клиента? а) SPIN, б) Challenger Sale, в) Solution Selling».

Задания для «Уметь»:

- Практическое задание: «Смоделируйте диалог с клиентом, используя технику Challenger Sale для продажи SaaS-продукта».
- Кейс: «Проанализируйте данные из CRM: выявите «узкие места» в воронке продаж и предложите решения».

3) Демонстрирует навыки использования в своей работе различных подходов к новым технологиям и новым взглядам на решение привычных проблем

Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции

Знать: Тренды в технологиях (AI, Big Data, AR/VR, автоматизация процессов); методы креативного решения проблем (дизайн-мышление, Agile, бережливый стартап); принципы внедрения инноваций в бизнес-процессы.

Уметь: Интегрировать новые технологии в текущие процессы (например, использовать AI для анализа отзывов); применять дизайн-мышление для переосмысления устаревших решений; проводить эксперименты (A/B-тесты, пилотные проекты) для проверки гипотез.

Типовые контрольные задания

Для «Знать»:

- Теоретический вопрос: «Объясните, как Big Data может улучшить персонализацию маркетинга. Приведите пример».
- Тест: «Какой этап дизайн-мышления связан с генерацией идей? а) Эмпатия, б) Фокусировка, в) Идеация, г) Тестирование».

Для «Уметь»:

- Практическое задание: «Предложите решение для снижения времени обработки заказов в интернет-магазине с использованием RPA (роботизации процессов)».

- Кейс: «Используя метод дизайн-мышления, переосмыслите процесс взаимодействия клиента с колл-центром и предложите инновационное решение».

Примеры практико-ориентированных заданий

1. Задание: Редизайн процесса записи к врачу

Контекст:

Пациенты жалуются на долгое ожидание записи через колл-центр поликлиники.

Задачи:

1. Проведите 3 интервью с «пациентами» (ролевая игра) и выявите ключевые боли.
2. Создайте CJM (Customer Journey Map) для текущего процесса записи.
3. Предложите 2 идеи цифрового решения (например, чат-бот, мобильное приложение).
4. Создайте low-fi прототип одного решения и протестируйте его на одноклассниках.

Критерии:

- Глубина анализа CJM,
- Практичность идей,
- Удобство прототипа.

2. Задание: Улучшение сервиса доставки еды

Контекст:

Клиенты недовольны холодной едой и сложным интерфейсом приложения.

Задачи:

1. Проведите А/В-тест двух вариантов страницы выбора ресторана (например, упрощенный vs. детализированный дизайн).
2. На основе гипотетических данных (конверсия: 12% vs. 18%) выберите оптимальный вариант.
3. Создайте инфографику с предложениями по улучшению логистики доставки.
4. Подготовьте питч для инвесторов с аргументацией ваших решений.

Критерии:

- Обоснованность выбора А/В-теста,
- Визуальная ясность инфографики,
- Убедительность питча.

3. Задание: Разработка образовательной платформы

Контекст:

Студенты онлайн-курсов редко завершают обучение из-за сложной навигации.

Задачи:

1. Сформулируйте POV на основе данных: «70% пользователей теряются после 3-го урока».
2. Проведите мозговой штурм с использованием метода SCAMPER (например, «Заменить текстовые лекции на видео»).
3. Создайте интерактивный прототип главной страницы платформы (Figma/Canva).
4. Рассчитайте NPS, если 45% пользователей — промоутеры, 35% — нейтралы, 20% — критики.

Критерии:

- Креативность идей,
- Функциональность прототипа,

- Корректность расчетов.

4. Задание: Оптимизация воронки продаж для стартапа

Контекст:

Стартап по продаже экотоваров теряет 60% клиентов на этапе оформления заказа.

Задачи:

1. Постройте CJM для этапа «Оформление заказа» с указанием эмоций и проблем.
2. Предложите 3 гипотезы падения конверсии (например, долгая регистрация).
3. Создайте A/B-тест для одной гипотезы и опишите метрики успеха.
4. Сделайте дашборд с визуализацией гипотетических данных.

Критерии:

- Логичность CJM,
- Реалистичность гипотез,
- Наглядность дашборда.

5. Задание: Сервис для пожилых пользователей

Контекст:

Приложение для заказа лекарств неудобно для людей старше 60 лет.

Задачи:

1. Проведите этнографическое наблюдение за «пользователем» (однорупник в роли пенсионера).
2. Создайте персонажи (user personas) для разных сегментов аудитории.
3. Разработайте упрощенный интерфейс приложения с крупными кнопками и голосовым управлением.

4. Проведите юзабилити-тест и запишите 3 ключевых вывода.

Критерии:

- Эмпатия к целевой аудитории,
- Удобство интерфейса,
- Глубина выводов.

6. Задание: Внедрение Agile в проект

Контекст:

Команда дизайнеров и разработчиков конфликтует из-за сроков.

Задачи:

1. Составьте Scrum-доску для двухнедельного спринта.
2. Назначьте роли (Scrum-мастер, разработчик, дизайнер) и распределите задачи.
3. Проведите ретроспективу спринта: выявите 3 проблемы и предложите решения.
4. Подготовьте отчет по метрикам: velocity, cycle time.

Критерии:

- Реалистичность плана,
- Эффективность решений,
- Корректность отчетности.

7. Задание: Этический дизайн соцсети

Контекст:

Пользователи жалуются на тревожность из-за алгоритмов рекомендаций.

Задачи:

1. Проведите дискуссию-дебаты: «Персонализация vs. Психологическое благополучие».

2. Предложите 2 изменения в дизайне (например, лимит времени в ленте).
3. Создайте прототип «режима заботы» с визуальными подсказками.
4. Рассчитайте CSAT, если 65% пользователей довольны нововведением.

Критерии:

- Учет этических аспектов,
- Практичность решений,
- Корректность расчетов.

Примерные вопросы для подготовки к Зачету

1. Этапы дизайн-мышления как итеративный процесс.
2. Роль эмпатии в процессе дизайн-мышления.
3. Формулировка POV (Point of View) на основе пользовательских данных.
4. Методы качественных исследований: интервью, наблюдение, фокус-группы.
5. Принципы создания Customer Journey Map (CJM).
6. SCAMPER как метод генерации идей.
7. Прототипирование: виды и цели low-fi и hi-fi прототипов.
8. Метрики оценки клиентоцентричности: NPS, CSAT, CES.
9. Agile-подход: ключевые принципы и отличие от Waterfall.
10. Этические аспекты работы с пользовательскими данными.
11. Инструменты визуализации данных: дашборды, инфографика.
12. Сегментация аудитории по поведенческим и демографическим признакам.
13. Сторителлинг в презентации проектов.
14. Принципы работы с возражениями клиентов.

15. Интеграция цифровых и физических каналов взаимодействия.
16. Метод Jobs To Be Done (JTBD) и его применение.
17. Анализ «болевых точек» в сервисном дизайне.
18. Принципы проведения A/B-тестирования.
19. Роль MVP (Minimum Viable Product) в валидации гипотез.
20. Когнитивные искажения при интерпретации данных.
21. Методы преодоления творческих кризисов в команде.
22. Роль ретроспектив в Agile-процессах.
23. Принципы бережливого стартапа (Lean Startup).
24. Этика использования алгоритмов персонализации.
25. Методы анализа конкурентной среды.
26. Роль пользовательских персонажей (user personas) в проектировании.
27. Принципы визуальной коммуникации в дизайне.
28. Методы оценки юзабилити интерфейсов.
29. Принципы построения воронки продаж.
30. Роль обратной связи в итерационном процессе.
31. Методы управления конфликтами в команде.
32. Принципы цифровой трансформации сервисов.
33. Роль данных в принятии клиентоориентированных решений.
34. Методы адаптации решений для разных культурных групп.
35. Принципы устойчивого дизайна (sustainable design).
36. Роль краудсорсинга в co-creation проектов.
37. Методы анализа эмоционального отклика пользователей.
38. Принципы проектирования доступных (inclusive) интерфейсов.

39. Роль геймификации в повышении вовлеченности клиентов.
40. Методы оценки экономического эффекта клиентоцентричных решений.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативно-правовые акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.08.2024).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 13.12.2024).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 22.07.2024).
4. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 26.12.2024).
5. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 03.02.2025).
6. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 08.08.2024).
7. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации».
8. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей».
9. Постановление Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе"».
10. Приказ ФАС России от 14.11.2023 № 821/23 «Об утверждении руководства по соблюдению обязательных требований "Понятие рекламы"».

11. Обзор судебной практики по делам о защите прав потребителей (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 23.10.2024).

Основная литература:

1. Карпова , Светлана Васильевна Маркетинг: теория и практика : учебник для вузов / С. В. Карпова. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 383 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/559864> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/559864> ISBN 978-5-534-16683-5 : 1509.00

2. Управление маркетингом : Учебник и практикум для бакалавров : Учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации ; под общ. ред. С.В. Карповой, Д.В. Тюрина 2 Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К" , 2023 366 с. ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=432111> ISBN 978-5-394-05444-0

3. Азарова , Светлана Петровна Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для вузов / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 307 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/560241> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560241> ISBN 978-5-534-16552-4 : 1239.00

Дополнительная литература:

1. Дизайн-мышление: методология креативного развития : Учебник / Е.В. Васильева Электрон. дан. Москва : КноРус , 2025 560 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/955428> ISBN 978-5-406-13635-5

2. Маркетинг и управление продуктом на цифровых рынках: генерация и проверка идей через CustDev дизайн-мышление и расчеты юнит-экономики : Учебник / Е.В. Васильева, М.Р. Зобнина Электрон. дан. Москва : КноРус , 2023 723 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/945917> ISBN 978-5-406-10544-3

3. Дизайн-мышление: немного о подходе и много об инструментах развития креативного мышления изучения клиентских запросов и создания идей : Учебное пособие / Е.В. Васильева Электрон. дан.

Москва : Русайнс , 2024 203 с. Режим доступа: book.ru Internet access <https://book.ru/book/952998> ISBN 978-5-466-03672-5

4. Карпова , Светлана Васильевна Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. 2-е изд. , пер. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2024 474 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/535965> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/535965> ISBN 978-5-534-13282-3 : 2269.00

5. Чернышева , Анна Михайловна Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 182 с (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/561067> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/561067> ISBN 978-5-534-16620-0 : 1009.00

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека ОНЛАЙН" <http://biblioclub.ru/>

2. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>

3. Электронно-библиотечная система издательства "Лань" <https://e.lanbook.com/>

4. •Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>

5. •Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru/>

6. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>

7. www.rbc.ru — РИА РБК

8. "Деловая онлайн библиотека" издательства "Альпина Пабlishер" <http://lib.alpinadigital.ru/en/library>

9. СПАРК <https://spark-interfax.ru/>
10. Платформа STATISTA <https://www.statista.com/>
11. Блог о визуализации данных и информационном дизайне - <http://www.vmethods.ru>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Групповая дискуссия

Групповая дискуссия направлена на развитие навыков критического мышления и командного взаимодействия. Перед занятием студентам необходимо изучить рекомендованные материалы: статьи, кейсы, TED-выступления или документальные фильмы по теме. Во время обсуждения важно активно участвовать, аргументируя свою позицию примерами из реальных проектов (например, кейсы Airbnb). Для усиления дискуссии рекомендуется подготовить контраргументы к спорным темам, таким как этика манипуляций в дизайне или баланс между инновациями и конфиденциальностью. Используйте ресурсы сети Интернет для поиска актуальных примеров.

Анализ кейсов

Анализ кейсов позволяет применить теоретические знания к реальным бизнес-ситуациям. Студентам предлагается разобрать успешные и провальные проекты, такие как трансформация сервисов Airbnb или внедрение Agile в крупных корпорациях. В процессе анализа важно выделить ключевые факторы успеха/провала, связать их с изученными концепциями (например, итеративность, клиентоцентричность) и предложить альтернативные решения. Для углубления понимания можно использовать данные из открытых источников: отчеты компаний, интервью с экспертами или академические статьи.

Воркшопы

Воркшопы — это практические сессии, где студенты отрабатывают навыки проектирования решений. Например, при создании карты эмпатии (СМ) или прототипа сервиса необходимо следовать этапам дизайн-мышления: от сбора данных до тестирования гипотез. Для работы используются цифровые инструменты (Miro, Figma), а также

методы визуализации (сториборды, инфографика). Рекомендуется разбиться на команды, распределить роли (дизайнер, аналитик, менеджер) и фиксировать промежуточные результаты для последующей ретроспективы.

Ролевые

игры

Ролевые игры имитируют реальные бизнес-процессы, такие как взаимодействие с клиентами или управление Agile-командой. Студенты могут примерять роли интервьюера, скрам-мастера, стейкхолдера или пользователя с ограниченными возможностями. Например, в сценарии «Презентация для инвесторов» важно отработать навыки сторителлинга, адаптировать сложные данные под аудиторию и отвечать на критические вопросы. Для подготовки используйте шаблоны питч-деков из реальных стартапов (Tesla, SpaceX) или записи TED-выступлений.

Практикумы

Практикумы ориентированы на отработку технических навыков: анализ данных, A/B-тестирование, этический аудит продуктов. Например, при работе с Kaggle или Google Optimize студенты учатся формулировать гипотезы, рассчитывать статистическую значимость и визуализировать результаты. Для выполнения заданий потребуется освоить базовые функции инструментов (Tableau, ChatGPT API) и следовать инструкциям по этике данных. Рекомендуется документировать каждый этап работы для последующего обсуждения в группе.

Питч-сессии

Питч-сессии развивают навыки презентации и аргументации. Студенты защищают свои проекты перед «инвесторами» или командой, делая акцент на инновационности, клиентоцентричности и метриках успеха. Критерии оценки включают структуру выступления (проблема-решение-выгода), использование визуалов (инфографика, семиотика) и ответы на возражения. Для подготовки изучите успешные кейсы и потренируйтесь в сокращении сложных идей до 3-5 ключевых тезисов.

Сквозные

проекты

Сквозные проекты охватывают полный цикл разработки: от исследования до внедрения. Например, при редизайне сервиса студенты проводят анализ аудитории, генерируют идеи, создают

MVP и тестируют его на реальных пользователях. Важно использовать итеративный подход: фиксировать обратную связь, вносить правки и документировать изменения. Для координации задач подойдут Agile-инструменты (Trello, Jira), а для финальной защиты — презентация с акцентом на метриках (NPS, конверсия).

Этический

аудит

Этический аудит учит оценивать проекты с точки зрения социальной ответственности. Студенты анализируют кейсы на предмет манипуляций («темные паттерны»), нарушения конфиденциальности или экологических рисков. Например, при разборе сервиса доставки еды можно предложить оптимизацию логистики для снижения углеродного следа. Для работы используйте чек-листы по законодательным актам, принципы инклюзивного дизайна и рекомендации из авторитетных источников (OECD, ISO).

Ретроспектива

Ретроспектива завершает цикл обучения: студенты анализируют свои ошибки, успехи и планируют улучшения. Например, при работе над Agile-проектом можно использовать матрицу Eisenhower для оценки приоритетов. Важно честно оценить личный вклад, дать обратную связь команде и сформулировать цели для следующих этапов. Для фиксации результатов подойдут рефлексивные дневники или шаблоны из методологий Scrum и Lean.

Рекомендации для всех форм:

- Используйте открытые ресурсы: Coursera для теории, Kaggle для данных, Figma для прототипов.
- Совмещайте индивидуальную работу с командной: делитесь инсайтами, проводите peer-review.
- Документируйте процесс: скриншоты, заметки, видео помогут в подготовке финальных отчетов.

Студентам инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья с различными нозологиями рекомендуется активно взаимодействовать с факультетом и кафедрой для своевременного получения информации о расписании, изменениях в программе и

доступных ресурсах. При необходимости студенты с ОВЗ могут запросить индивидуальное расписание, учитывающее особенности их здоровья.

1) Для студентов с нарушениями зрения

Используйте специализированное программное обеспечение (синтезаторы речи, брайлевские дисплеи) и технические средства (лупы, электронные увеличители). При возникновении трудностей обращайтесь к преподавателю.

2) Для студентов с нарушениями слуха

Устные задания могут быть заменены письменными работами по согласованию с преподавателем.

3) Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата

Для выполнения заданий разрешено использование голосового ввода, адаптированных клавиатур или помощи ассистента.

4) Для студентов с расстройствами аутистического спектра (РАС)

Заранее знакомьтесь с планами занятий в РПД, чтобы снизить тревожность. Выбирайте места с минимальным внешним воздействием (например, вдали от окон). Для коммуникации с преподавателями предпочтительна письменная форма (электронная почта).

5) Для студентов с тяжелыми нарушениями речи (ТНР)

Устные ответы могут быть заменены письменными или электронными формами. Используйте визуальные подсказки (таблицы, схемы) для структурирования информации. При затруднениях в общении запрашивайте помощь преподавателя.

Взаимодействие с преподавателем

Своевременно информируйте преподавателей о своих потребностях: необходимости дополнительного времени на выполнение заданий, особых формах контроля или технических средствах. Используйте электронную почту для уточнения сложных тем. Для студентов с РАС рекомендуется заранее согласовывать формат обратной связи (письменные комментарии вместо устных).

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация (ТКУ и ПА)

- Условия проведения ТКУ и ПА адаптируются под индивидуальные особенности:
- Замена устных ответов письменными работами (для студентов с нарушениями слуха/речи).
- Индивидуальные задания (проекты, портфолио) вместо стандартных тестов (для студентов с РАС).
- Перед ТКУ и ПА уточняйте порядок проведения и доступные форматы заданий.

Используйте следующие электронные ресурсы для обучения -

ЭБС Znanium.com:

- адаптивная версия сайта для слабовидящих.

ЭБС "ЮРАЙТ"

- адаптивный сайт для слабовидящих;
- изменение шрифта;
- мобильное приложение с офлайн-чтением.

ЭБС «Университетская библиотека online»:

- увеличение масштаба, полноэкранный режим;
- озвучка текста через программы (Jaws, Balabolka);
- PDF с подтекстовым слоем для тифлопрограмм;
- медиатека с 3000 аудиокниг, включая учебники в формате Daisy (гибкая навигация);
- аудиOVERсии учебников от издательства «Директ-Медиа».

ЭБС BOOK.RU:

- адаптивная версия сайта для слабовидящих.

ЭБС "Лань":

- увеличение масштаба;
- мобильное приложение со встроенным синтезатором речи;
- тысячи книг, адаптированных для прослушивания;
- бесплатный доступ к классической литературе.

Методические рекомендации по оформлению контрольной работы

1. Общие требования к оформлению

- Формат документа:
- Структура работы:

2. Оформление практических заданий

- Заголовки:
- Текстовое описание:

1. Этап эмпатии:

- Визуальные материалы:
- Расчеты и метрики:

3. Технические требования к файлам

- Название файла:
- Приложения:

4. Критерии оценки

- Содержание (60%):
- Оформление (30%):
- Рефлексия (10%):

5. Советы по выполнению

1. Планирование времени:
2. Используйте шаблоны:
3. Проверьте перед сдачей:

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

- Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Figma
2. Photoshop
3. Tilda
4. Illustrator
5. Miro
6. Пакет офисных программ
7. Adobe Acrobat
8. Notion
9. Yandex Cloud
10. Mail Cloud

- Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>

- Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

1. не предусмотрены

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)
2. **Помещение для самостоятельной работы** обучающихся оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Университета.