

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего
образования**

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

(Финансовый университет)

Новороссийский филиал

Кафедра «Экономика, финансы и менеджмент»

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала

Е.Н. Сейфиева

«29» января 2026 г.

Бялецкая Е.М.

Управление пользовательским опытом и сервисный дизайн продуктов

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки:

27.03.05 «Инноватика»

Образовательная программа «Управление цифровыми инновациями»

Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала

Финансового университета протокол № 32 от 29.01.2026 г.

Новороссийск 2026

Составитель: Бялецкая Е.М. Управление пользовательским опытом и сервисный дизайн продуктов: Рабочая программа дисциплины для бакалавров, обучающихся по направлениям подготовки 27.03.05 Инноватика, ОП «Управление цифровыми инновациями» (Управление цифровыми инновациями). – Новороссийск: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2026. – 12 с.

Программа дисциплины «**Управление пользовательским опытом и сервисный дизайн продуктов**» предназначена для эффективной организации учебного процесса и включает содержание дисциплины, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины, фонд оценочных средств для промежуточной аттестации, методические указания по освоению дисциплины, описание материально-технической базы.

Содержание рабочей программы дисциплины

1. Наименование дисциплины	4
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.....	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся.....	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	6
5.1. Содержание дисциплины.....	6
5.2. Учебно-тематический план.....	7
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	8
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	9
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	10
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	11
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем.....	11
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.	12

1. Наименование дисциплины

«Управление пользовательским опытом и сервисный дизайн продуктов»

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина «Управление пользовательским опытом и сервисный дизайн продуктов» по направлению 27.03.05 Инноватика, ОП Управление цифровыми инновациями (Управление цифровыми инновациями) обеспечивает формирование следующих компетенций: ОПК-5, ПКП-4

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКП-4	Способность выполнять работы по сопровождению информационного обеспечения и систем управления проектами	1. Демонстрирует навыки ведения баз данных и документации по проекту	Знать: - методы описания состава и структуры требуемых данных и информации; - методы сбора, обработки и интерпретации данных; Уметь: - описывать состав и структуру требуемых данных и информации; - грамотно реализовать процессы сбора, обработки и интерпретации данных;
		2. Применяет прикладное программное обеспечение для оформления результатов исследований.	Знать: - методы, техники и приемы применения прикладное программное обеспечение для оформления результатов исследований.

			Уметь: -проводить сравнительный анализ прикладного программного обеспечения для выбора наиболее оптимального для оформления результатов исследований.
ОПК-5	Способен решать задачи в области инновационных процессов в науке, технике и технологии с учетом нормативно-правового регулирования в сфере интеллектуальной собственности	1. Применяет в практической деятельности основы правового регулирования и действия правовых норм для защиты права на интеллектуальную собственность.	Знать: - нормативно-правовое регулирование в сфере инновационных процессов в науке, технике и технологии Уметь: - формулировать требования к методам управления пользовательским опытом в Интернете. - идентифицировать риски при работе с интеллектуальной собственностью, принимать меры с целью их минимизации.

3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Управление пользовательским опытом и сервисный дизайн продуктов» является одной из дисциплин цикла профиля (элективный) учебного плана по направлению подготовки 27.03.05 «Инноватика», образовательная программа «Управление цифровыми инновациями»

4. Объем дисциплины и виды учебной работыочная форма

Таблица 2

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 8 (в часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	3 з.е./108	108
<i>Контактная работа</i> <i>Аудиторные занятия</i>	18	18

<i>Лекции</i>	2	2
<i>Практические и семинарские занятия, т.ч.</i>	16	16
<i>Самостоятельная работа</i>	90	90
Вид текущего контроля	Домашнее творческое задание	Домашнее творческое задание
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 разделов дисциплины

Тема 1. Основы управления пользовательским опытом в цифровом мире

Понятие пользовательского опыта. Факторы формирования клиентского опыта. Надпродуктовый взгляд на современные продукто-ориентированные компании. CX и UX сервисы. Основные понятия и принципы клиентоцентричного дизайна. Омниканальный подход в маркетинге. Сервис-дизайн.

Тема 2. Методы и инструменты дизайна и исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта.

Определение и сегментация клиентов: классическое и ситуационное сегментирование; персоны и JTBD; JTBD-шаблон; драйверы и барьеры; Мотивационные конфликты; поведенческая экономика; концепции рациональности и иррациональности выбора. Ценностное предложение: концепция потребительской ценности; основные типы бизнес-логик; разрешение мотивационного конфликта с помощью продукта; Атрибут и аргументы. Картирование опыта. Количественные и качественные исследования: составление плана исследования; глубинные интервью; проведение, рекрутинг, кодирование; аналитические закупки.

Тема 3. Технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах.

Автоматизация сервисного обслуживания. Эволюция клиентского опыта в эпоху развития digital-технологий. Системы оценки качества. Интерактивная

аналитика. Социальные сети, сообщества и пользовательский контент
Адаптация веб-сайтов и растущая важность мобильного клиента. Тенденции и инновации: чат-боты, Internet of Thing (IoT), VR, искусственный

интеллект, голос. Персональная помощь, обслуживание клиентов лично и по телефону, геймификация, машинное обучение и партнерские схемы
Оmnиканальная поддержка.

Тема 4. Принципы организации / трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода.

Стили менеджмента и концепции лидерства. Стадии эволюции и зрелости организации. Управление изменениями. Организация как системная структура. Системные эффекты при построении обучающейся организации. Командообразование, создание кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом. Культура клиентоцентричности. Миссия, видение, ценности. Понимание ценности клиентского опыта во всей организации и на всех ее уровнях. Корпоративные стратегии: конкурентная, портфельная, продуктовая, UX-стратегия.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3

№ п/ п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Трудоёмкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Аудиторная работа					Сам ос тоят е льна я рабо та	
		Всего часов	Общая	Лекции	Практические и семинарские занятия	Занятия в интерактивных формах		
1	Основы управления пользовательским опытом в цифровом мире	24	6	2	4	4	18	Групповое решение задач, обсуждение результатов, дискуссия.

2	Методы и инструменты дизайна и исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта.	28	4	-	4	4	24	Опрос, выполнение индивидуальных заданий. Групповое решение задач, обсуждение результатов, дискуссия.
3	Технологии управления коммуникации с клиентами в цифровых каналах.	28	4	-	4	4	24	Опрос, выполнение индивидуальных заданий.
4	Принципы организации / трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода.	28	4	-	4	4	24	Групповое решение задач, обсуждение результатов, дискуссия.
	Всего по дисциплине	108	18	2	16	16	90	Согласно плану: ДТЗ
	Итого в %					80%		

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

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Основы управления пользовательским опытом в цифровом мире	Омниканальный подход в маркетинге. Сервис-дизайн.	Работа с учебной литературой, подготовка к семинарским и практическим занятиям, решение по темам практических занятий. Выполнение проектной работы.
Методы и инструменты дизайна и исследования пользовательского опыта на всех этапах	Количественные и качественные исследования: составление плана исследования;	Работа с учебной литературой, подготовка к семинарским и практическим занятиям, решение по темам практических занятий. Выполнение проектной

жизненного цикла цифрового продукта.	глубинные интервью; проведение, рекрутинг, кодирование; аналитические закупки.	работы.
Технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах.	Персональная помощь, обслуживание клиентов лично и по телефону, геймификация, машинное обучение и партнерские схемы Оmnikanальная поддержка	Работа с учебной литературой, подготовка к семинарским и практическим занятиям, решение по темам практических занятий. Выполнение проектной работы.
Принципы организации / трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода.	Понимание ценности клиентского опыта во всей организации на всех ее уровнях. Корпоративные стратегии: конкурентная, портфельная, продуктовая, UX-стратегия.	Работа с учебной литературой, подготовка к семинарским и практическим занятиям, решение по темам практических занятий. Выполнение проектной работы.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Нормативно-правовые акты

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть четвертая) № 30-ФЗ от 18.12.2006 г. (в редакции последующих законов). [Электронный ресурс], режим доступа <http://www.consultant.ru/popular/gkrf4/>

2. Федеральный Закон Российской Федерации «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 27.07.2006 г. (в редакции последующих законов) [Электронный ресурс], режим доступа <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=144689>

Основная литература:

3. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/450115> (дата обращения: 09.07.2021).

4. *Калюжнова, Н. Я.* Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08407-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/473049> (дата обращения: 09.07.2021).

Дополнительная литература:

5. *Сологубова, Г. С.* Составляющие цифровой трансформации : монография / Г. С. Сологубова. — Москва : Издательство Юрайт. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/475065> (дата обращения: 08.07.2021).

6. *Соколова, В. В.* Вычислительная техника и информационные технологии. Разработка мобильных приложений : учебное пособие для вузов / В. В. Соколова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 175 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-6525-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/470155> (дата обращения: 08.07.2021).

7. *Соколова, В. В.* Разработка мобильных приложений : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. В. Соколова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 175 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10680-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/475892> (дата обращения: 08.07.2021).

8. *Тузовский, А. Ф.* Проектирование и разработка web-приложений : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Ф. Тузовский. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 218 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10017-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://ez.el.fa.ru:2428/bcode/475437> (дата обращения: 08.07.2021).

8. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

1) Информационно-образовательный портал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации <http://portal.ufrf.ru/>.

2) Сайт департамента анализа данных, принятия решений и

финансовых технологий. http://fa.ru/dep/data_analysis/

3) Библиотечно - информационный комплекс
Финуниверситета при Правительстве РФ. <http://library.fa.ru>.

4) Репозиторий Финуниверситета при Правительстве
РФ.
<http://repository.vzfei.ru>.

1. Общероссийский математический портал Math-Net.Ru
<http://www.mathnet.ru/>

2. Московский центр непрерывного образования.
Свободно распространяемые издания. <https://www.mccme.ru/free-books/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины рекомендуется осуществлять в соответствии с Методическими рекомендациями для студентов бакалавриата по освоению дисциплин образовательных программ высшего образования, утвержденных

распоряжением Финуниверситета от 14 мая 2014 г. № 256.

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

При осуществлении образовательного процесса обучающимися и профессорско-преподавательским составом используются: программное обеспечение, информационно-справочные системы, электронные библиотечные системы.

10.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Антивирусная защита ESET NOD32
2. Windows, Microsoft Office

10.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- «Консультант Плюс».
- Аналитическая система Bloomberg Professional.
- SPSS Statistics (Statistical Package for the Social Sciences—

статистический пакет для социальных наук).

- базы данных Росстата: ЦБСД, ЕМИСС, ССРД МВФ
- Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
- Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» <http://www.skrin.ru/>
- Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
- Информационно-образовательный портал Финуниверситета: <http://portal.ufrf.ru>.
- Научная электронная библиотека [«eLibrary.ru»](http://eLibrary.ru);
- Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM»

10.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены.

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

Для осуществления образовательного процесса в рамках дисциплины необходимо наличие специальных помещений.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения лекций, семинарских и практических занятий, выполнения курсовых групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Проведение лекций и семинаров в рамках дисциплины осуществляется в помещениях:

- оснащенных демонстрационным оборудованием;
- оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»;
- обеспечивающих доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.