

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 25.12.2024 12:35:31

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины
Практикум "Развитие дизайн мышления"**

Направление 43.03.02 Туризм

Направленность 43.03.02.01 Туроператорская и турагентская деятельность

Для набора 2022 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА Антикризисное и корпоративное управление**Распределение часов дисциплины по курсам**

Курс	3		Итого	
	УП	РП		
Лекции	2	2	2	2
Практические	2	2	2	2
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	100	100	100	100
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и):

Зав. кафедрой: к.э.н., доц. Синюк Т.Ю.

Методический совет направления: д.э.н., профессор Суржиков М.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	<p>формирование навыков и компетенций, необходимых для решения сложных задач и создания инновационных решений в сфере туристической индустрии, через практическое освоение подходов, методов и инструментов дизайн-мышления, которые помогают понимать потребности клиентов, генерировать идеи и разрабатывать концепции продуктов, услуг и опытов, отвечающих современным требованиям рынка, глубже исследовать потребности и ожидания туристов, используя методы эмпатии и интервьюирования, что позволяет создавать более персонализированные и привлекательные туристические предложения, развивать креативное мышление и способность генерировать идеи, способствующие созданию уникальных и конкурентоспособных туристических продуктов и услуг, освоить процесс прототипирования, который позволяет быстро и эффективно тестировать идеи и концепции, минимизируя риски и затраты, научить методам оценки и тестирования предложенных решений, что способствует их способности адаптироваться к изменениям и улучшать продукты на основе обратной связи от пользователей, овладение студентами теоретических принципов, концепций и положений клиенто-ориентированных методологий разработки новых товаров и услуг (дизайн-мышление, дизайн-спринт, эмпатическая разработка и т.п.), развитии практических навыков использования инструментов и техник данных методологий, повышение собственного творческого потенциала</p>
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

ОПК-5: Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности

ПК-1: Способен проектировать объекты туристской деятельности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

теоретические и прикладные аспекты маркетинговых исследований рынка услуг, мотивации потребителей и анализа/аудита конкурентов; сущность, принципы и методы проведения маркетинговых исследований в соответствии с целями и задачами маркетинговой деятельности предприятия сферы туризма; основные принципы, формы и методы продвижения и продажи услуг, в том числе с помощью онлайн и интернет-технологий; сущность и содержание деятельности по формированию каналов сбыта туристических продуктов и услуг; состояние и перспективы развития туристского рынка, спрос потребителей, слабые и сильные стороны конкурентов; основные методы продаж услуг, в том числе онлайн (соотнесено с индикаторами ОПК -4.1)

теоретико-методические основы анализа и оценки производственно-экономических показателей предприятий сферы туризма; принципы и методы оценки экономической эффективности деятельности предприятия сферы туризма (соотнесено с индикаторами ОПК -5.1)

основы разработки туристского продукта учитывающего этнокультурные, исторические религиозные аспекты, требования действующего законодательства; методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия; основы проектной деятельности; основные особенности международного, внутреннего и регионального туризма, современные методы изучения спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка; современные методы прогнозирования спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка; принципы и методы оценки экономической эффективности проекта в сфере турдеятельности (соотнесено с индикаторами ПК -1.1)

Уметь:

-организовать продвижение и продажи туристского продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий; использовать традиционные и современные электронные способы продвижения и продажи туристских продуктов; применять основные методы анализа, планирования и контроля деятельности по сбыту туристских продуктов и услуг; осуществлять маркетинговый мониторинг внешней и внутренней среды предприятия, использовать современные и электронные способы продвижения туристских услуг (соотнесено с индикаторами ОПК -4.2)

принимать экономически обоснованные управленческие решения; рассчитывать и анализировать основные показатели деятельности предприятий сферы туризма; оценивать экономическое состояние предприятия и целесообразность принятия решения (соотнесено с индикаторами ОПК -5.2)

выявлять особенности туристского региона и с учетом этого разрабатывать и реализовывать бизнес-планы создания нового продукта/предприятия туристической индустрии, рассчитывать основные показатели экономической эффективности проекта в сфере туризма, формировать идею туристского проекта; разрабатывать и реализовывать проекты, направленных на развитие туристского района в целом и туристской организации в частности; оценивать экономическую эффективность проектируемого объекта/турпродукта; планировать и осуществлять контроль за реализацией проекта, обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии; использовать существующие пакеты прикладных программ для задач проектирования в туристской индустрии (соотнесено с индикаторами ПК -1.2)

Владеть:

методами и инструментами маркетинговых исследований; способностью формировать каналы сбыта турпродуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в сети Интернет; навыками и методами проведения анализа потребителей и конкурентов; навыками применения современных цифровых инструментов интернет-продвижения и анализа рынка, в том числе диагностики целевой аудитории, аудита конкурентов, применения технологий искусственного интеллекта для продвижения туристских продуктов и услуг (соотнесено с индикаторами ОПК -4.3)

навыками обеспечения экономической эффективности деятельности предприятий сферы туризма; инструментами оценки (в т.ч. специализированным ПО и цифровыми инструментами) степени экономической обоснованности принятия управленческих решений; навыками интерпретации результатов оценки экономической эффективности деятельности предприятий сферы туризма (соотнесено с индикаторами ОПК -5.3)

основами туристского районирования и оценки размещения туристских центров в крупных туристских регионах мира и России; навыками интерпретации результатов оценки экономической эффективности туристского проекта, навыками организации проектной деятельности в сфере туризма; разработки и реализации бизнес-планов и проектов, направленных на развитие туристской организации соотнесено с индикаторами ПК -1.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**Раздел 1. Введение в дизайн-мышление**

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	Тема 1.1 Основы дизайн -мышления Определение дизайн-мышления Основные принципы и этапы История и применение в различных сферах Основные этапы дизайн-мышления Правила дизайн-мышления / Ср /	3	6	ОПК-4, ОПК-5, ПК -1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л1.11, Л1.12, Л1.13, Л1.14, Л1.15, Л1.18, Л1.19, Л1.20, Л1.21, Л1.22, Л1.23, Л1.24, Л1.25, Л1.26, Л1.27, Л1.28, Л1.29, Л1.30, Л1.31, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.11, Л2.12, Л2.13
1.2	Тема 1.2 Эмпатия и понимание потребностей Значение эмпатии в дизайн-мышлении Методы выявления потребностей: интервью, наблюдение, опросы Карта стейкхолдеров Глубинное интервью Экспертное интервью Наблюдение и этнография Мокасины Исследование аналогов / Ср /	3	2	ОПК-4, ОПК-5, ПК -1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л1.11, Л1.12, Л1.13, Л1.14, Л1.15, Л1.18, Л1.19, Л1.20, Л1.21, Л1.22, Л1.23, Л1.24, Л1.25, Л1.26, Л1.27, Л1.28, Л1.29, Л1.30, Л1.31, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.11, Л2.12, Л2.13
1.3	Тема 1.3 Эмпатия и фокусировка Кластеризация Карта эмпатии Карта разрывов СJM НМW\POV / Ср /	3	2	ОПК-4, ОПК-5, ПК -1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л1.11, Л1.12, Л1.13, Л1.14, Л1.15, Л1.18, Л1.19, Л1.20, Л1.21, Л1.22, Л1.23, Л1.24, Л1.25, Л1.26, Л1.27, Л1.28, Л1.29, Л1.30, Л1.31, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.11, Л2.12, Л2.13

Раздел 2. Генерация идей и креативное мышление

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	Тема 2.1 Методики генерации идей Брейнсторминг, SCAMPER, мозговой штурм, Выбор идеи —	3	2	ОПК-4, ОПК-5, ПК	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.7,

	диаграмма Венна Принципы действенного создания идей / Ср /			-1	Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л1.11, Л1.12, Л1.13, Л1.14, Л1.15, Л1.18, Л1.19, Л1.20, Л1.21, Л1.22, Л1.23, Л1.24, Л1.25, Л1.26, Л1.27, Л1.28, Л1.29, Л1.30, Л1.31, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.11, Л2.12, Л2.13
2.2	Тема 2.1 Критический анализ идей и отбор Методы оценки идей Использование матриц для анализа Групповая работа по отбору идей и обоснованию выбора / Ср /	3	2	ОПК-4, ОПК-5, ПК -1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л1.11, Л1.12, Л1.13, Л1.14, Л1.15, Л1.18, Л1.19, Л1.20, Л1.21, Л1.22, Л1.23, Л1.24, Л1.25, Л1.26, Л1.27, Л1.28, Л1.29, Л1.30, Л1.31, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.11, Л2.12, Л2.13
Раздел 3. Прототипирование и тестирование					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
3.1	Тема 3.1 Создание прототипов Виды прототипов: от низкоуровневых до высокоуровневых Важность тестирования прототипов Проверка гипотез. Основы прототипирования и построение MVP / Лек /	3	2	ОПК-4, ОПК-5, ПК -1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л1.11, Л1.12, Л1.13, Л1.14, Л1.15, Л1.18, Л1.19, Л1.20, Л1.21, Л1.22, Л1.23, Л1.24, Л1.25, Л1.26, Л1.27, Л1.28, Л1.29, Л1.30, Л1.31, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.11, Л2.12, Л2.13
3.2	Тема 3.1 Создание прототипов Виды прототипов: от низкоуровневых до высокоуровневых Важность тестирования прототипов. Инструменты для разработки прототипов Глубинное интервью Карта стейкхолдеров Дорожная карта исследования Трендвоучинг CJM HMW Цикл HADI / Пр /	3	2	ОПК-4, ОПК-5, ПК -1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л1.11, Л1.12, Л1.13, Л1.14, Л1.15, Л1.18, Л1.19, Л1.20, Л1.21, Л1.22, Л1.23, Л1.24, Л1.25, Л1.26, Л1.27, Л1.28, Л1.29, Л1.30, Л1.31, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.11, Л2.12, Л2.13
3.3	Тема 3.2 Тестирование и получение обратной связи Методы тестирования прототипов Как правильно собирать и анализировать обратную связь / Ср /	3	4	ОПК-4, ОПК-5, ПК -1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л1.11, Л1.12, Л1.13, Л1.14, Л1.15, Л1.18, Л1.19, Л1.20, Л1.21, Л1.22, Л1.23, Л1.24, Л1.25, Л1.26, Л1.27, Л1.28, Л1.29, Л1.30, Л1.31, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.11, Л2.12, Л2.13

3.4	Тема 3.1 Создание прототипов Виды прототипов: от низкоуровневых до высокоуровневых Важность тестирования прототипов Проектирование клиентского опыта. Путь к цифровой трансформации Особенности проектирования человекоцентричных интерфейсов / Ср /	3	6	ОПК-4, ОПК-5, ПК -1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л1.11, Л1.12, Л1.13, Л1.14, Л1.15, Л1.18, Л1.19, Л1.20, Л1.21, Л1.22, Л1.23, Л1.24, Л1.25, Л1.26, Л1.27, Л1.28, Л1.29, Л1.30, Л1.31, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.11, Л2.12, Л2.13
-----	--	---	---	---------------------------	--

Раздел 4. Реализация и внедрение решений

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
4.1	Разработка бизнес-моделей Основы создания бизнес-модели Взаимосвязь дизайна и бизнеса Проработка бизнес-модели на основе полученного решения Подготовка и структура презентации Техники эффективной подачи идей Agile, Scrum Lean Startup Продуктовые метрики Глобальное исследование практики применения дизайн-мышления и гибких методологий в организациях / Ср /	3	30	ОПК-4, ОПК-5, ПК -1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л1.11, Л1.12, Л1.13, Л1.14, Л1.15, Л1.16, Л1.17, Л1.18, Л1.19, Л1.20, Л1.21, Л1.22, Л1.23, Л1.24, Л1.25, Л1.26, Л1.27, Л1.28, Л1.29, Л1.30, Л1.31, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.6, Л2.7, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.11, Л2.12, Л2.13
4.2	Проект по дизайн-мышлению: составление «Дорожной карты» исследования. Карта Стейкхолдеров / Гипотезы / Интервью Проведение глубинных интервью. Кластеризация инсайтов, определение основных болей, фокусировка, NMW Работа с идеями: выбор и приоритизация. Прототипирование и тестирование Опыт туриста - проектирование маршрутов путешествий, сервисов бронирования, сервисов экскурсионного сопровождения и т.д. / Ср /	3	46	ОПК-4, ОПК-5, ПК -1	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.7, Л1.8, Л1.9, Л1.10, Л1.11, Л1.12, Л1.13, Л1.14, Л1.15, Л1.18, Л1.19, Л1.20, Л1.21, Л1.22, Л1.23, Л1.24, Л1.25, Л1.26, Л1.27, Л1.28, Л1.29, Л1.30, Л1.31, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4, Л2.5, Л2.8, Л2.9, Л2.10, Л2.11, Л2.12, Л2.13
4.3	/ Зачёт /	3	4	ОПК-4, ОПК-5, ПК -1	

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Кравченко, А. В., Драгунова, Е. В., Кириллов, Ю. В.	Моделирование бизнес-процессов: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2020	https://www.iprbookshop.ru/99351.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛП.2	Мирхасанов Р. Ф.	Протодизайн: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602192 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.3	Нагаева И. А., Фролов А. Б., Кузнецов И. А.	Основы web-дизайна. Методика проектирования: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602208 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.4	Мишурова И. В., Синюк Т. Ю.	Бизнес-анализ: теория и практика	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2020	63
ЛП.5	Поляков, Е. А.	Web-дизайн: учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2019	https://www.iprbookshop.ru/81868.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.6	Музалевская, Ю. Е.	Дизайн-проектирование: методы творческого исполнения дизайн-проекта: учебное пособие	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019	https://www.iprbookshop.ru/83264.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.7	Веселова, Ю. В., Лосинская, А. А., Ложкина, Е. А.	Промышленный дизайн и промышленная графика. Методы создания прототипов и моделей: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2019	https://www.iprbookshop.ru/98730.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.8	Киргизов, Ю. В.	Дизайн интерфейса в игровой графике: учебное наглядное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019	https://www.iprbookshop.ru/102614.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.9	Ахметова, Г. З., Иванов, В. Н., Маковецкий, М. Ю., Рудаков, Д. В.	Креативный менеджмент: учебное пособие	Омск: Омский государственный технический университет, 2020	https://www.iprbookshop.ru/115426.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.10	Бояркин, Г. Н., Кравченко, К. В.	Моделирование бизнес-процессов: учебное пособие	Омск: Омский государственный технический университет, 2020	https://www.iprbookshop.ru/115430.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.11	Герштейн, Ю. М.	Информационные технологии моделирования бизнес-процессов: конспект лекций	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2020	https://www.iprbookshop.ru/115841.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.12	Лахметкина, Н. Ю., Мадяр, О. Н., Богдашкина, А. М.	Основы транспортного бизнеса: учебное пособие	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2020	https://www.iprbookshop.ru/115968.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛП.13	Каз, Е. М., Краковецкая, И. В., Нехода, Е. В., Редчикова, Н. А., Неходы, Е. В.	Бизнес-модели компаний и устойчивое развитие	Томск: Издательство Томского государственного университета, 2020	https://www.iprbookshop.ru/116853.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.14	Еркович В. В.	Проектирование в дизайне: учебное пособие	Минск: РИПО, 2022	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697594 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.15	Епифанова, А. Г.	Продвижение дизайн-продукта в социальных сетях: учебное пособие	Челябинск: Южно-Уральский технологический университет, 2022	https://www.iprbookshop.ru/125039.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.16	Алексеев А. Г.	Дизайн-проектирование: учебное пособие для спо	Москва: Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/495516 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.17	Яблонски Дж.	Законы UX-дизайна: Пер. с англ.	Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2022	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=380046 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.18	Нейгард М.	Release it! Проектирование и дизайн ПО для тех, кому не всё равно. — (Серия «Библиотека программиста»).	Санкт-Петербург: Питер, 2022	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=382392 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.19	Агапова, Е. Н., Бавина, П. А., Панфилова, А. П., Петрова, А. Л., Черненко, М. А., Шуляко, К. Д., Трифанов, М. А., Егорова, Е. В., Синёва, А. Ю., Осипова, С. И., Запесочная, А. А., Мироненко, П. А., Панфиловой, А. П., Сычёвой, С. М.	Система 4К: коммуникация, критическое мышление, креативность, командная работа: учебно-практическое пособие	Санкт-Петербург: Издательство РГПУ им. А. И. Герцена, 2022	https://www.iprbookshop.ru/131824.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.20	Беляцкий, Н. П.	Креативный менеджмент: учебник	Минск: Вышэйшая школа, 2022	https://www.iprbookshop.ru/129960.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.21	Шамис, А. Л.	Модели поведения, восприятия и мышления: учебное пособие	Москва: Интернет- Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2024	https://www.iprbookshop.ru/133950.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
ЛП.22	Ахметова Г. З., Иванов В. Н., Маковецкий М. Ю., Рудаков Д. В.	Креативный менеджмент: учебное пособие	Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683173 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.23	Салтыкова Г. М.	Дизайн. Производственная практика: методическое пособие для бакалавров: методическое пособие	Москва: Владос, 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=690352 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.24	Панкина М. В.	Основы методологии дизайн-проектирования: учебное пособие	Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699092 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.25		Креативность: научно-популярное издание	Москва: Альпина Паблшер, 2022	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=707635 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.26	Стикдорн М., Лоуренс А., Хормес М., Шнайдер Я.	Сервис-дизайн на практике: проектирование лучшего клиентского опыта: практическое пособие	Москва: Альпина ПРО, 2023	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=707921 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.27	Васильева О. Н., Казакова А. В., Меркулина И. А., Пономарева М. А., Харитоновна Н. А.	Бизнес-планирование в туризме: учебник	Москва: Дашков и К°, 2024	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709784 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.28	Евстафьев В. А., Абаев А. Л., Тюков М. А.	Креатив в рекламе: учебник	Москва: Дашков и К°, 2024	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709798 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.29	Каменнова М. С., Крохин В. В., Машков И. В.	Моделирование бизнес-процессов: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/544963 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.30	Алексеев А. Г.	Дизайн-проектирование: учебное пособие для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/542333 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
ЛП.31	Лопарева А. М.	Бизнес-планирование: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/542352 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
--	---------	----------	-------------------	----------

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Мацневский, Н. С., Степанищев, Е. В., Кондратенко, Г. И.	Реактивные веб-сайты. Клиентская оптимизация в алгоритмах и примерах: учебное пособие	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020	https://www.iprbookshop.ru/97580.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2	Черкашин, П. А.	Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM): учебное пособие	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020	https://www.iprbookshop.ru/97585.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.3	Сычев, А. В.	Теория и практика разработки современных клиентских веб-приложений: учебное пособие	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2021	https://www.iprbookshop.ru/102067.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4	Лаврентьев А. Н., Жердев Е. В., Кулешов В. В., Мясникова Л. Г., Сазиков А. В., Бирюков В. Е., Покровская Л. В., Левина О. Ю.	Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/518452 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.5	Елена Золина, Ирина Попова	Идеальный сервис. Как получить лояльность Клиентов	Санкт-Петербург: Питер, 2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=367996 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.6	Стахова Л. В.	Основы туризма: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/534736 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.7	Восколович Н. А.	Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/535175 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.8	Савельев, А. О., Алексеев, А. А.	HTML5. Основы клиентской разработки: учебное пособие	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2024	https://www.iprbookshop.ru/133910.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.9	Грахова, С. И., Граховой, С. И.	Цифровые учебные тренажеры: методика и технологии разработки: учебно-методическое пособие	Набережные Челны: Набережночелнинский государственный педагогический университет, 2023	https://www.iprbookshop.ru/135584.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.10	Гулакова О. В., Кусраева О. А., Ребязина В. А., Смирнова М. М.	Управление клиентоориентированной компанией: основные теоретические и методологические подходы к исследованию: монография	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2023	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=708007 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.11	Сологубова Г. С.	Составляющие цифровой трансформации: монография	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/541562 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.12	Шубаева В. Г., Сердобольская И. О.	Маркетинговые технологии в туризме: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/542266 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.13	Скобкин С. С.	Менеджмент в туризме: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2024	https://urait.ru/bcode/542268 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС "Консультант +"

ИСС "Гарант" <http://www.internet.garant.ru/>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>

База данных Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) <https://wciom.ru/database/>

5.4. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС

LibreOffice

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-1: Способен проектировать объекты туристской деятельности			
<p>Знать - основы разработки туристского продукта учитывающего этнокультурные, исторические религиозные аспекты, требования действующего законодательства; методы и технологии проектирования деятельности туристского предприятия; основы проектной деятельности; основные особенности международного, внутреннего и регионального туризма, современные методы изучения спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка; современные методы прогнозирования спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка; принципы и методы оценки экономической эффективности проекта в сфере турдеятельности</p>	<p>Уровень усвоения теоретических основ разработки туристических продуктов, включая законодательство и культурные аспекты.</p> <p>Знание особенностей международного, внутреннего и регионального туризма, а также современных технологий изучения и прогнозирования спроса</p>	<p>Полное, развернутое, правильное и логическое изложение ответа в ходе опроса по результатам освоения дисциплины</p> <p>Способность идентифицировать и обсуждать примеры успешных туристических проектов, учитывающих этнокультурные и религиозные факторы</p>	<p>З – зачёт О – опрос Р- рефераты с презентацией ПЗ – практические задания</p>
<p>Уметь - выявлять особенности туристского региона и с учетом этого разрабатывать и реализовывать бизнес-планы создания нового продукта/предприятия туристической индустрии, рассчитывать основные показатели экономической эффективности проекта в сфере туризма, формировать идею туристского проекта; разрабатывать и</p>	<p>Способность генерировать идеи для туристических продуктов и формировать на их основе жизнеспособные бизнес-планы</p> <p>Умение применять методы расчета</p>	<p>Оценка на основании выполненных студентами проектов и бизнес-планов, разработанных на основе анализа туристического региона</p>	<p>З – зачёт О – опрос Р- рефераты с презентацией ПЗ – практические задания</p>

<p>реализовывать проекты, направленных на развитие туристского района в целом и туристской организации в частности; оценивать экономическую эффективность проектируемого объекта/турпродукта; планировать и осуществлять контроль за реализацией проекта, обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии; использовать существующие пакеты прикладных программ для задач проектирования в туристской индустрии</p>	<p>экономических показателей для различных туристических проектов.</p>		
<p>Владеть - основами туристского районирования и оценки размещения туристских центров в крупных туристских регионах мира и России; навыками интерпретации результатов оценки экономической эффективности туристского проекта, навыками организации проектной деятельности в сфере туризма; разработки и реализации бизнес-планов и проектов, направленных на развитие туристской организации</p>	<p>Владение знаниями о туристском районировании и размещении центров на практике Умение анализировать результаты оценок эффективности туристических проектов и принимать решения на их основе.</p>	<p>Выполнение заданий, связанных с туристским районированием и оценкой размещения объектов Работа над исследовательскими проектами, включая анализ успешных практик в области управления туристическим и компаниями</p>	<p>З – зачёт О – опрос Р- рефераты с презентацией ПЗ – практические задания</p>
<p>ОПК-4: Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта</p>			
<p>Знать - теоретические и прикладные аспекты маркетинговых исследований рынка услуг, мотивации потребителей и анализа/аудита конкурентов; сущность, принципы и методы проведения маркетинговых исследований в соответствии с целями и задачами маркетинговой</p>	<p>Характеризует формы и методы продвижения и продажи услуг Глубина и полнота знаний о методах проведения маркетинговых исследований.</p>	<p>Полное, развернутое, правильное и логическое изложение ответа в ходе опроса по результатам освоения дисциплины</p>	<p>З – зачёт О – опрос Р- рефераты с презентацией ПЗ – практические задания</p>

<p>деятельности предприятия сферы туризма; основные принципы, формы и методы продвижения и продажи услуг, в том числе с помощью онлайн и интернет-технологий; сущность и содержание деятельности по формированию каналов сбыта туристических продуктов и услуг; состояние и перспективы развития туристского рынка, спрос потребителей, слабые и сильные стороны конкурентов; основные методы продаж услуг, в том числе онлайн</p>	<p>Уровень понимания основных понятий в области маркетинга и потребительского поведения. Способность объяснять характерные особенности и этапы исследований рынка услу</p>		
<p>Уметь - организовать продвижение и продажи туристского продукта, в том числе с помощью онлайн и интернет технологий; использовать традиционные и современные электронные способы продвижения и продажи туристских продуктов; применять основные методы анализа, планирования и контроля деятельности по сбыту туристских продуктов и услуг; осуществлять маркетинговый мониторинг внешней и внутренней среды предприятия, использовать современные и электронные способы продвижения туристских услуг</p>	<p>Понимание различных каналов продвижения (онлайн и офлайн). Знание современных трендов в области маркетинга и продаж Умение анализировать данные о состоянии рынка и его сегментах. Знание актуальных тенденций и изменений в потребительских предпочтениях. Умение разрабатывать рекламные кампании с использованием современных технологий</p>	<p>Качество составленных отчетов по результатам исследований Маркетинговые исследования о состоянии рынка, представленные в отчетах</p>	<p>З – зачёт О – опрос Р- рефераты с презентацией ПЗ – практические задания</p>
<p>Владеть - методами и инструментами маркетинговых исследований; способностью формировать каналы сбыта турпродуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в сети Интернет; навыками и методами проведения анализа потребителей и конкурентов; навыками применения</p>	<p>Умение применять методы сбора и анализа данных Способность проектировать и внедрять новые каналы сбыта Умение проводить глубокий анализ целевой аудитории</p>	<p>Качество отчетов и предложений по изменению стратегий в зависимости от полученных данных</p>	<p>З – зачёт О – опрос Р- рефераты с презентацией ПЗ – практические задания</p>

современных цифровых инструментов интернет-продвижения и анализа рынка, в том числе диагностики целевой аудитории, аудита конкурентов, применения технологий искусственного интеллекта для продвижения туристских продуктов и услуг.	Умение использовать инструменты для анализа данных и цифрового маркетинга		
ОПК-5: Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности			
Знать - теоретико-методические основы анализа и оценки производственно-экономических показателей предприятий сферы туризма; принципы и методы оценки экономической эффективности деятельности предприятия сферы туризма	Характеризует основные методы проведения финансово-экономического анализа	Полное, развернутое, правильное и логическое изложение ответа в ходе опроса по результатам освоения дисциплины	З – зачёт О – опрос Р- рефераты с презентацией ПЗ – практические задания
Уметь - принимать экономически обоснованные управленческие решения; рассчитывать и анализировать основные показатели деятельности предприятий сферы туризма; оценивать экономическое состояние предприятия и целесообразность принятия решения	Применяет методы оценки эффективности экономического состояния предприятия	Анализ динамики показателей за несколько лет. Сравнение с конкурентами и лидерами рынка	З – зачёт О – опрос Р- рефераты с презентацией ПЗ – практические задания
Владеть - навыками обеспечения экономической эффективности деятельности предприятий сферы туризма; инструментами оценки (в т.ч. специализированным ПО и цифровыми инструментами) степени экономической обоснованности принятия управленческих решений; навыками интерпретации результатов оценки экономической эффективности деятельности предприятий сферы туризма	Показывает способность владения инструментами оценки (в т.ч. специализированным ПО и цифровыми инструментами)	Сравнительный анализ с другими предприятиями. Наличие четких рекомендаций по улучшению финансового состояния	З – зачёт О – опрос Р- рефераты с презентацией ПЗ – практические задания

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

зачет: 50-100 баллов (зачет);

0-49 баллов (незачет).

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачёту

1. Определение дизайн-мышления
2. Основные принципы и этапы
3. Основные этапы дизайн-мышления
4. Правила дизайн-мышления
5. Карта стейкхолдеров
6. Глубинное интервью
7. Экспертное интервью
8. Значение эмпатии в дизайн-мышлении
9. Методы выявления потребностей
10. Кластеризация
11. Карта эмпатии
12. Карта разрывов
13. Раскройте понятие и применение CJM
14. Раскройте понятие и применение HMW
15. Раскройте понятие и применение POV
16. Раскройте понятие - Брейнсторминг
17. Раскройте понятие - SCAMPER
18. Раскройте понятие - Мозговой штурм
19. Выбор идеи — диаграмма Венна
20. Методы оценки идей
21. Использование матриц для анализа
22. Виды прототипов: от низкоуровневых до высокоуровневых
23. Проверка гипотез.
24. Основы прототипирования и построение MVP
25. Карта стейкхолдеров
26. Дорожная карта исследования
27. Трендвотчинг
28. Цикл HADI
29. Техники эффективной подачи идей Agile, Scrum Lean Startup
30. Продуктовые метрики
31. Основы создания бизнес-модели

32. Структура процесса дизайн-мышления
33. Отличие между традиционными методами решения проблем и подходами дизайн-мышления
34. Техники для визуализации идей и концептов

Критерии оценивания:

50-100 баллов (зачет) – минимальным критерием является наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике

0-49 баллов (незачет) – ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

Опрос

1. Что такое дизайн-мышление и каковы его основные принципы?
2. Какова роль эмпатии в процессе дизайн-мышления?
3. Какие методы можно использовать для выявления потребностей пользователей?
4. Как можно эффективно проводить интервью с пользователями?
5. Чем отличаются теоретические и практические аспекты дизайн-мышления?
6. Какова структура процесса дизайн-мышления?
7. В чем преимущества прототипирования на ранних стадиях разработки?
8. Какие существуют виды прототипов и их назначение?
9. Как правильно организовать сессию брейнсторминга?
10. Какие приемы используются для генерации идей в дизайн-мышлении?
11. Как проводить тестирование прототипов и собирать обратную связь?
12. Что такое минимально жизнеспособный продукт (MVP) и как он соотносится с дизайн-мышлением?
13. Как организовать командную работу в процессе дизайн-мышления?
14. Какие трудности могут возникнуть при использовании дизайн-мышления в организации?
15. Как можно адаптировать дизайн-мышление к различным отраслям?
16. В чем отличие между традиционными методами решения проблем и подходами дизайн-мышления?
17. Как проводить анализ конкурентоспособности на этапе разработки идей?
18. Какова роль историй пользователей (user stories) в дизайн-мышлении?
19. Какие техники можно использовать для визуализации идей и концептов?
20. Как оценивать эффективность предложенных решений?

21. Какие модели бизнес-планирования можно использовать в дизайн-мышлении?
22. Какова значимость кросс-функциональных команд в процессах дизайн-мышления?
23. Что такое "путешествие пользователя" (customer journey) и как оно используется в дизайн-мышлении?
24. Как учитывать культурные и социальные аспекты при разработке решений?
25. Какой подход к тестированию и итерациям является наиболее эффективным?
26. Как трансформировать полученные данные от пользователей в actionable insights?
27. Какие инструменты и технологии могут помочь в реализации дизайн-мышления?
28. Как убедить руководство в необходимости использования дизайн-мышления?
29. Как управлять рисками при реализации идей, выработанных методом дизайн-мышления?
30. Какие кейсы являются примерами успешного применения дизайн-мышления в бизнесе?

Критерии оценивания: 30 - балльная шкала. Обучающийся должен ответить на 5 вопросов. Каждый ответ оценивается максимум в 6 баллов.

- «6 баллов» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно.
- «1-5 баллов», если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса
- «0 баллов», если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Практические задания

Практическое задание № 1

Задание 1: Эмпатийное исследование

Цель: Понять потребности и ожидания туристов.

Описание: провести эмпатийные интервью с туристами разных возрастных групп и национальностей, подготовить вопросы, которые помогут выяснить, что для пользователей важно при выборе туров и гостиниц. Затем нужно проанализировать полученные данные и выделить основные инсайты о потребностях и предпочтениях туристов.

Практическое задание № 2

Задание 2: Создание "Путешествия пользователя"

Цель: Визуализировать опыт пользователя на протяжении всего путешествия.

Описание: построить карту "путешествия пользователя" для конкретного туристического продукта (например, пакетного тура). Нужно определить ключевые точки взаимодействия, эмоции пользователей на каждом этапе, а также возможные болевые точки и моменты радости. Это поможет выявить области для улучшения.

Практическое задание № 3

Задание 3: Генерация идей для новых туров

Цель: Разработать новые идеи для туристических продуктов.

Описание: организовать сессию брейнсторминга для генерации идей уникальных туров. Нужно использовать метод "шуточного прототипирования", когда создаются смешные или абсурдные концепции, а затем найти элементы, которые можно адаптировать для реальных туристических предложений. Итогом будет презентация разработанных идей

Практическое задание № 4

Задание 4: Прототипирование нового туристического опыта

Цель: Разработать прототип туристического продукта.

Описание: создать прототип одного из новых туристических услуг или мероприятий. Это может быть презентация в виде слайд-шоу, визуализация на картах или короткое видеоролик и т.д.. Прототип должен иллюстрировать, как будет выглядеть и функционировать новый опыт для туристов.

Практическое задание № 5

Задание 5: Тестирование концепции с реальными пользователями

Цель: Получить обратную связь о разработанном прототипе.

Описание: организовать тестирование своего прототипа с реальными туристами или путешественниками, подготовить сценарий тестирования и вопросы для сбора отзывов, проанализировать полученные данные и делают выводы о том, что можно улучшить или изменить в их концепции.

Практическое задание № 6

Задание 6: Разработка стратегий для устойчивого туризма

Цель: Создать инициативы по устойчивому развитию в туристической отрасли.

Описание: выбрать определенное направление устойчивого туризма (например, экотуризм, культурное наследие, социальная ответственность), разработать стратегию или инициативу, которая поможет сделать туристическую практику более устойчивой. Итогом работы станет

презентация, в которой объяснены цели, методы реализации и ожидаемые результаты.

Критерии оценивания: 50 – балльная шкала. Каждый ответ оценивается максимум в 10 баллов.

- «10 баллов» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
- «6-9 баллов», если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- «3-5 балла», если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- «0-2 балла», если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Темы рефератов с презентацией

1. История и эволюция дизайн-мышления: как концепция возникла и развивалась.
2. Методы эмпатии в дизайн-мышлении: важность понимания пользователя.
3. Ключевые стадии процесса дизайн-мышления: от эмпатии до прототипирования.
4. Роль креативности в дизайн-мышлении: как новые идеи трансформируют решения.
5. Инструменты и техники для генерации идей
6. Прототипирование как способ проверки идей: важность итеративного процесса.
7. Работа в команде в процессах дизайн-мышления: плюсы и минусы.
8. Примеры успешного применения дизайн-мышления в бизнесе: кейсы из разных отраслей.
9. Дизайн-мышление в социальных проектах: как улучшить общественные услуги.
10. Сравнение дизайн-мышления с другими методологиями разработки продуктов: Lean, Agile и др.
11. Влияние культурных особенностей на процесс дизайн-мышления: адаптация методов к различным контекстам.
12. Этика и устойчивость в дизайн-мышлении: как учитывать социальные и экосистемные аспекты.
13. Дизайн-мышление и технологии: влияние цифровизации на подходы к дизайну.
14. Образовательные учреждения и дизайн-мышление: внедрение метода в учебный процесс.
15. Клиентский опыт и его влияние на дизайн-мышление: понимание, что действительно нужно пользователям.

16. Дизайн-мышление для стартапов: как малые компании могут использовать подход для роста.
17. Применения дизайн мышления в ведущих российских компаниях
18. Тренды в мире дизайн-мышления
19. Описание контекста и потребности клиента: составление «лестницы решений» / «дерева проблем»
20. Обзор low – high fidelity прототипов, 6+ вариантов и инструментов прототипирования
21. Прототипирование – сторибординг, визуальный скетчинг, мобильные и упрощенные прототипы
22. Методы визуального исследования пользователей
23. Дизайн-мышление как современный метод проектирования
- 24.

Критерии оценивания: 20 – балльная шкала. Каждый реферат оценивается максимум в 10 баллов.

- «8 – 10 баллов» выставляется обучающемуся, если он выполнил все требования, содержащиеся в методических указаниях;
- «5 – 7 баллов» если реферат не содержит собственные взгляды обучающегося на проблему и его доклад не содержит презентации;
- «2 – 4 балла» если реферат не содержит собственные взгляды обучающегося на проблему, его доклад не содержит презентации, приводится только одна точка зрения на проблему;
- «0 – 1 балл» если реферат не содержит собственные взгляды обучающегося на проблему, его доклад не содержит презентации, приводится только одна точка зрения на проблему, суть проблемы раскрыта не полностью.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачёт проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в зачётном задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачёта. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

Приложение 2

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются теоретико-методологические аспекты дизайн-мышления, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, развиваются навыки разработки новых товаров и услуг (дизайн-мышление, дизайн-спринт, эмпатическая разработка и т.п.), развитию практических навыков использования инструментов и техник данных методологий. При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме;
- письменно решить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат, доклад или сообщение по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Студент должен готовиться к предстоящему лабораторному занятию по всем, обозначенным в рабочей программе дисциплины вопросам.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.