

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность:

Документ подписан в:

Дата подписания: 16.05.2025 14:51:25

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

Т.К. Платонова

«20» мая 2025 г.

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

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) программы бакалавриата

43.03.02.01 Туроператорская и турагентская деятельность

Для набора 2025 года

Квалификация

Бакалавр

**КАФЕДРА            Антикризисное и корпоративное управление**

**Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	<b>5 (3.1)</b>		Итого	
	16 2/6			
Неделя				
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

**ОСНОВАНИЕ**

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.02.2025 г. протокол № 9.

Программу составил(и): к.э.н., доц., Синюк Т.Ю.

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

Методический совет: д.э.н., доцент М.А. Суржиков

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование навыков 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 студентов 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 клиентоориентированных 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
-----	--

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта</b>
<b>ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности</b>
<b>ПК-1. Способен проектировать объекты туристской деятельности</b>

### В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

<p><b>Знать:</b></p> <p>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)</p> <p>теоретико-методические основы анализа производственно-экономических показателей туристских предприятий в связке с пользовательскими метриками (СJM, уровень удовлетворённости, готовность рекомендовать); принципы и методы оценки экономической эффективности туристских проектов на разных стадиях процесса дизайн-мышления: от проверки гипотез до масштабирования MVP; методы расчёта юнит-экономики и ключевых метрик (CAC, LTV, конверсия в повторные продажи), необходимые для экономически обоснованных решений на основе итерационного тестирования (соотнесено с индикаторами ОПК -5.1)</p> <p>принципы и этапы дизайн-мышления (эмпатия, фокусировка, генерация идей, прототипирование, тестирование) в проектировании объектов туристской деятельности;</p> <p>– методы исследования пользовательского опыта (интервью, наблюдение, CJM, эмпатические карты) и выявления глубинных потребностей туристов; технологии генерации и отбора инновационных идей, учитывающих этнокультурные, исторические, религиозные и правовые ограничения туристского региона; подходы к быстрому прототипированию туристских продуктов/объектов (сервисные прототипы, MVP); способы тестирования прототипов на целевой аудитории и критерии оценки экономической эффективности проектов с учётом пользовательской востребованности (соотнесено с индикаторами ПК -1.1)</p>
---

<p><b>Уметь:</b></p> <p>-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)</p> <p>принимать экономически обоснованные решения на основе данных пользовательских исследований (интервью, тестирование прототипов) и финансовых показателей на каждой итерации проекта; рассчитывать и анализировать не только традиционные показатели деятельности, но и специфические метрики туристских продуктов (средний чек, пожизненная ценность, стоимость привлечения клиента через разные каналы); оценивать экономическую целесообразность внедрения проектных идей, сравнивая прогнозируемую юнит-экономику с фактическими результатами пилотных запусков (прототипов) (соотнесено с индикаторами ОПК -5.2)</p> <p>применять инструменты дизайн-мышления (СJM, эмпатические карты, мозговой штурм) для выявления проблем туристов и генерации идей туристских объектов; проводить пользовательские исследования (интервью, опросы, включённое наблюдение) в конкретном регионе и превращать полученные данные в концепции проектов; создавать и тестировать прототипы туристских продуктов / услуг (сервисные прототипы, сценарии, настольные макеты маршрутов); разрабатывать бизнес-модели и MVP, рассчитывая ключевые показатели эффективности с учётом обратной связи от потребителей; использовать цифровые платформы визуализации и совместной работы (канбан доски) для прототипирования и управления проектными задачами; планировать итерационные циклы «прототип – тест – доработка» на всех стадиях реализации проекта, координируя действия подразделений.</p> <p>(соотнесено с индикаторами ПК -1.2)</p>
<p><b>Владеть:</b></p> <p>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)</p> <p>навыками разработки экономической модели туристского проекта на каждой стадии дизайн-мышления (гипотеза → прототип → MVP → масштабирование); владение цифровыми платформами и ПО (табличные редакторы с шаблонами юнит-экономики) для быстрой оценки и визуализации экономической обоснованности решений; умением интерпретировать результаты экономического тестирования прототипов и предлагать на их основе конкретные управленческие шаги (соотнесено с индикаторами ОПК -5.3)</p> <p>навыками исследования туристской среды: способность «прожить» путь туриста и выявить его ключевые потребности; техниками генерации, кластеризации и отбора идей (дивергентное / конвергентное мышление) для создания объектов туристской деятельности; владением методами визуализации и прототипирования туристских решений (лего-прототип, сценарий сервисного взаимодействия); навыками проведения тестирования прототипов и интерпретации полученных данных для доработки проекта; способностью организовать фасилитацию проектных сессий по дизайн-мышлению для межфункциональных команд в сфере туризма; навыками построения дорожной карты проекта с учётом итерационной доработки продукта и оценки его жизнеспособности (соотнесено с индикаторами ПК -1.3)</p>

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Раздел 1. Введение в дизайн-мышление

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
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	Лекционные занятия	5	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
1.2	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 Обсуждение примеров успешного применения дизайн-мышления	Практические занятия	5	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
1.3	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	Лекционные занятия	5	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1

	Исследование аналогов				
1.4	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 Проведение интервью и упражнения на эмпатию	Практические занятия	5	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
1.5	Тема 1.3 Эмпатия и фокусировка Кластеризация Карта эмпатии Карта разрывов CJM HMWPOV	Лекционные занятия	5	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
1.6	Тема 1.3 Эмпатия и фокусировка Кластеризация Карта эмпатии Карта разрывов CJM HMWPOV	Практические занятия	5	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
<b>Раздел 2. Генерация идей и креативное мышление</b>					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
2.1	Тема 2.1 Методики генерации идей Брейнсторминг, SCAMPER, мозговой штурм, Выбор идеи — диаграмма Венна Принципы действенного создания идей	Лекционные занятия	5	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
2.2	Тема 2.1 Методики генерации идей Брейнсторминг, SCAMPER, мозговой штурм Принципы действенного создания идей Практические упражнения на генерацию идей	Практические занятия	5	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
2.3	Тема 2.2 Критический анализ идей и отбор Методы оценки идей Использование матриц для анализа	Лекционные занятия	5	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
2.4	Тема 2.2 Критический анализ идей и отбор Методы оценки идей Использование матриц для анализа Групповая работа по отбору идей и обоснованию выбора	Практические занятия	5	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
<b>Раздел 3. Прототипирование и тестирование</b>					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
3.1	Тема 3.1 Создание прототипов Виды прототипов: от низкоуровневых до высокоуровневых Важность тестирования прототипов Проверка гипотез. Основы прототипирования и построение MVP	Лекционные занятия	5	4	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
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 Трендвотчинг CJM HMW Цикл HADI	Практические занятия	5	4	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
3.3	Тема 3.2 Тестирование и получение обратной связи Методы тестирования прототипов Как правильно собирать и анализировать обратную связь	Лекционные занятия	5	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
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	Практические занятия	5	2	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
<b>Раздел 4. Реализация и внедрение решений</b>					
№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
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	Самостоятельная работа	5	30	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1
4.2	Проект по дизайн-мышлению: составление «Дорожной карты» исследования. Карта Стейкхолдеров / Гипотезы / Интервью	Самостоятельная работа	5	46	ОПК-4 ОПК-5

	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.				ПК-1
4.3	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет	5	0	ОПК-4 ОПК-5 ПК-1

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Кравченко, А. В., Драгунова, Е. В., Кириллов, Ю. В.	Моделирование бизнес-процессов: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2020	ЭБС «IPR SMART»
2		Менеджмент и бизнес-администрирование: журнал	Москва: Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 2020	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
3	Мирхасанов Р. Ф.	Протодизайн: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
4	Нагаева И. А., Фролов А. Б., Кузнецов И. А.	Основы web-дизайна. Методика проектирования: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
5	Мишурова И. В., Синюк Т. Ю.	Бизнес-анализ: теория и практика	Ростов н/Д: Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2020	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 63 экз.
6	Поляков, Е. А.	Web-дизайн: учебное пособие	Саратов: Вузовское образование, 2019	ЭБС «IPR SMART»
7	Музалевская, Ю. Е.	Дизайн-проектирование: методы творческого исполнения дизайн-проекта: учебное пособие	Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019	ЭБС «IPR SMART»
8	Мацеевский, 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	ЭБС «IPR SMART»
9	Черкашин, П. А.	Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM): учебное пособие	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020	ЭБС «IPR SMART»
10	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	ЭБС «IPR SMART»
11	Сычев, А. В.	Теория и практика разработки современных клиентских веб-приложений: учебное пособие	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2021	ЭБС «IPR SMART»
12	Киргизов, Ю. В.	Дизайн интерфейса в игровой графике: учебное наглядное пособие	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019	ЭБС «IPR SMART»

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
13	Ахметова, Г. З., Иванов, В. Н., Маковецкий, М. Ю., Рудаков, Д. В.	Креативный менеджмент: учебное пособие	Омск: Омский государственный технический университет, 2020	ЭБС «IPR SMART»
14	Бояркин, Г. Н., Кравченко, К. В.	Моделирование бизнес-процессов: учебное пособие	Омск: Омский государственный технический университет, 2020	ЭБС «IPR SMART»
15	Герштейн, Ю. М.	Информационные технологии моделирования бизнес-процессов: конспект лекций	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2020	ЭБС «IPR SMART»
16	Лахметкина, Н. Ю., Мадяр, О. Н., Богдашкина, А. М.	Основы транспортного бизнеса: учебное пособие	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2020	ЭБС «IPR SMART»
17	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	ЭБС «IPR SMART»
18	Еркович В. В.	Проектирование в дизайне: учебное пособие	Минск: РИПО, 2022	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
19	Епифанова, А. Г.	Продвижение дизайн-продукта в социальных сетях: учебное пособие	Челябинск: Южно- Уральский технологический университет, 2022	ЭБС «IPR SMART»
20	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	ЭБС «IPR SMART»
21	Беляцкий, Н. П.	Креативный менеджмент: учебник	Минск: Вышэйшая школа, 2022	ЭБС «IPR SMART»
22	Савельев, А. О., Алексеев, А. А.	HTML5. Основы клиентской разработки: учебное пособие	Москва: Интернет- Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2024	ЭБС «IPR SMART»
23	Шамис, А. Л.	Модели поведения, восприятия и мышления: учебное пособие	Москва: Интернет- Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2024	ЭБС «IPR SMART»
24	Грахова, С. И., Граховой, С. И.	Цифровые учебные тренажеры: методика и технологии разработки: учебно-методическое пособие	Набережные Челны: Набережночелнинский государственный педагогический университет, 2023	ЭБС «IPR SMART»
25	Ахметова Г. З., Иванов В. Н., Маковецкий М. Ю., Рудаков Д. В.	Креативный менеджмент: учебное пособие	Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
26	Салтыкова Г. М.	Дизайн. Производственная практика: методическое пособие для бакалавров: методическое пособие	Москва: Владос, 2019	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
27	Панкина М. В.	Основы методологии дизайн-проектирования: учебное пособие	Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2020	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
28		Креативность: научно-популярное издание	Москва: Альпина Паблишер, 2022	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
29	Стикдорн М., Лоуренс А., Хормес М., Шнайдер Я.	Сервис-дизайн на практике: проектирование лучшего клиентского опыта: практическое пособие	Москва: Альпина ПРО, 2023	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
30	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	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
31	Васильева О. Н., Казакова А. В., Меркулина И. А., Пономарева М. А., Харитонова Н. А.	Бизнес-планирование в туризме: учебник	Москва: Дашков и К°, 2024	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
32	Евстафьев В. А., Абаев А. Л., Тюков М. А.	Креатив в рекламе: учебник	Москва: Дашков и К°, 2024	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

### 5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС "Консультант +"

ИСС "Гарант"

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

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

### 5.3. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС

LibreOffice

### 5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся 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
<b>ПК-1: Способен проектировать объекты туристской деятельности</b>			
<p>Знать – принципы и этапы дизайн-мышления (эмпатия, фокусировка, генерация идей, прототипирование, тестирование) в проектировании объектов туристской деятельности;</p> <p>– методы исследования пользовательского опыта (интервью, наблюдение, CJM, эмпатические карты) и выявления глубинных потребностей туристов;</p> <p>– технологии генерации и отбора инновационных идей, учитывающих этнокультурные, исторические, религиозные и правовые ограничения туристского региона;</p> <p>– подходы к быстрому прототипированию туристских продуктов/объектов (сервисные прототипы, MVP);</p> <p>– способы тестирования прототипов на целевой аудитории и критерии оценки экономической эффективности проектов с учётом пользовательской востребованности.</p>	<p>Знание этапов дизайн-мышления (эмпатия, фокусировка, генерация идей, прототипирование, тестирование) и их специфики в проектировании объектов туристской деятельности.</p> <p>Понимание методов исследования пользовательского опыта (интервью, CJM, эмпатические карты) и критериев оценки экономической эффективности туристского проекта с учётом пользовательской востребованности.</p>	<p>Полное, развёрнутое и логичное изложение этапов и инструментов дизайн-мышления (эмпатия, фокусировка, генерация идей, прототипирование, тестирование) применительно к проектированию туристских объектов;</p> <p>точное описание методов исследования пользовательского опыта (CJM, эмпатические карты, интервью, наблюдение) и критериев оценки экономической эффективности проекта с учётом пользовательской востребованности в ходе опроса / тестирования.</p>	<p>З – зачёт</p> <p>О – опрос</p> <p>Р- рефераты с презентацией</p> <p>ПЗ – практические задания</p>
<p>Уметь – применять инструменты дизайн-мышления (CJM, эмпатические карты, мозговой штурм) для выявления проблем туристов и генерации идей</p>	<p>Умение проводить пользовательские исследования (интервью,</p>	<p>Способность на основе проведённого пользовательского исследования</p>	<p>З – зачёт</p> <p>О – опрос</p> <p>Р- рефераты с презентацией</p> <p>ПЗ – практические</p>

<p>туристских объектов;  – проводить пользовательские исследования (интервью, опросы, включённое наблюдение) в конкретном регионе и превращать полученные данные в концепции проектов;  – создавать и тестировать прототипы туристских продуктов / услуг (сервисные прототипы, сценарии, настольные макеты маршрутов);  – разрабатывать бизнес-модели и MVP, рассчитывая ключевые показатели эффективности с учётом обратной связи от потребителей;  – использовать цифровые платформы визуализации и совместной работы (канбан доски) для прототипирования и управления проектными задачами;  – планировать итерационные циклы «прототип – тест – доработка» на всех стадиях реализации проекта, координируя действия подразделений.</p>	<p>наблюдение) в регионе и преобразовывать полученные данные в концепции туристских объектов.   Способность создавать и тестировать прототипы (сервисные, цифровые) и на основе результатов строить бизнес-модели и MVP с расчётом ключевых показателей эффективности.</p>	<p>(интервью, СJM) выявить ключевые потребности туристов в конкретном регионе, предложить концепцию туристского объекта, обосновав её полученными данными, и представить результаты в ходе проектной дискуссии.</p>	<p>задания</p>
<p>Владеть – навыками исследования туристской среды: способность «прожить» путь туриста и выявить его ключевые потребности;  – техниками генерации, кластеризации и отбора идей (дивергентное / конвергентное мышление) для создания объектов туристской деятельности;  – владением методами визуализации и прототипирования туристских решений (лего-прототип, сценарий сервисного взаимодействия);  – навыками проведения тестирования прототипов и интерпретации полученных данных для доработки проекта;  – способностью организовать фасилитацию проектных сессий по дизайн-мышлению для межфункциональных команд в сфере туризма;  – навыками построения дорожной карты проекта с учётом итерационной доработки продукта и оценки его жизнеспособности.</p>	<p>Владение техниками эмпатического исследования и генерации идей (дивергентное / конвергентное мышление) для создания востребованных туристских продуктов.   Навыки организации проектных сессий по дизайн-мышлению и построения дорожной карты проекта с учётом итерационного цикла «прототип – тест – доработка».</p>	<p>Выполнение заданий, предполагающих проведение эмпатического исследования (построение карты пути туриста, эмпатической карты) и генерацию / кластеризацию идей с использованием техник дивергентного и конвергентного мышления.</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 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>Характеризует формы и методы продвижения и продажи услуг Глубина и полнота знаний о методах проведения маркетинговых исследований. Уровень понимания основных понятий в области маркетинга и потребительского поведения. Способность объяснять характерные особенности и этапы исследований рынка услу</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>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 современных</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>

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		
<b>ОПК-5: Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности</b>			
<p>Знать – теоретико-методические основы анализа производственно-экономических показателей туристских предприятий в связке с пользовательскими метриками (СJM, уровень удовлетворённости, готовность рекомендовать);</p> <p>– принципы и методы оценки экономической эффективности туристских проектов на разных стадиях процесса дизайн-мышления: от проверки гипотез до масштабирования MVP;</p> <p>– методы расчёта юнит-экономики и ключевых метрик (CAC, LTV, конверсия в повторные продажи), необходимые для экономически обоснованных решений на основе итерационного тестирования.</p>	<p>Характеризует этапы дизайн-мышления и соответствующие им экономические метрики (гипотеза → эмпатия → прототип → тестирование) и объясняет роль экономического анализа на каждом этапе.</p>	<p>Полное и логичное изложение ответа, содержащего связку «этап дизайн-мышления → экономический показатель → обоснованное решение», в ходе опроса / защиты проекта/задания.</p>	<p>З – зачёт О – опрос Р- рефераты с презентацией ПЗ – практические задания</p>
<p>Уметь – принимать экономически обоснованные решения на основе данных пользовательских исследований (интервью, тестирование прототипов) и финансовых показателей на каждой итерации проекта;</p> <p>– рассчитывать и анализировать не только традиционные показатели деятельности, но и специфические метрики туристских продуктов (средний чек, пожизненная ценность, стоимость привлечения клиента через разные каналы);</p> <p>– оценивать экономическую целесообразность внедрения проектных идей, сравнивая прогнозируемую юнит-экономику с фактическими результатами пилотных запусков (прототипов).</p>	<p>Применяет методы оценки эффективности туристских продуктов на основе пользовательских данных (CAC, LTV, конверсия), полученных по результатам тестирования прототипов / MVP.</p>	<p>Анализ динамики ключевых метрик (CAC, LTV, средний чек, конверсия) по итерациям тестирования прототипа, с объяснением причин изменений.</p> <p>Сравнение экономических показателей проекта с аналогами / конкурентами на основе анализа пользовательского опыта (СJM, бенчмаркинг предложений).</p>	<p>З – зачёт О – опрос Р- рефераты с презентацией ПЗ – практические задания</p>
<p>Владеть – навыками разработки экономической модели туристского проекта на каждой стадии дизайн-мышления (гипотеза → прототип → MVP →</p>	<p>Демонстрирует способность использовать цифровые</p>	<p>Сравнительная оценка нескольких проектных идей (прототипов) по критериям</p>	<p>З – зачёт О – опрос Р- рефераты с презентацией ПЗ –</p>

масштабирование); – владение цифровыми платформами и ПО (табличные редакторы с шаблонами юнит-экономики) для быстрой оценки и визуализации экономической обоснованности решений; – умением интерпретировать результаты экономического тестирования прототипов и предлагать на их основе конкретные управленческие шаги	инструменты (шаблоны юнит-экономики, визуализации метрик) для оперативной оценки жизнеспособности проектных идей.	юнит-экономики и пользовательской ценности.  Наличие чётких рекомендаций по доработке туристского продукта, подкреплённых экономическими расчётами и обратной связью от пользователей.	практические задания
--	---	--	----------------------

### 1.2 Шкалы оценивания:

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

50-100 баллов (зачтено);

0-49 баллов (не зачтено).

**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 NMW
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 (зачтено) – 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 (не зачтено) – 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:**

Максимальное количество баллов - 30 баллов. 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 - выставляется обучающемуся, если он раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса
- 0 баллов - выставляется обучающемуся, если он 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:

Максимальное количество баллов – 50 баллов. Каждое практическое задание оценивается в 10 баллов.

- 9-10 баллов - выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
- 6-8 баллов - выставляется обучающемуся, если он раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- 3-5 балла - выставляется обучающемуся, если он обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- 0-2 балла - выставляется обучающемуся, если он 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

### **Критерии оценивания:**

Максимальное количество баллов – 20 баллов. Каждый реферат оценивается максимум в 10 баллов.

– 8–10 баллов - выставляется обучающемуся, если он выполнил все требования, содержащиеся в методических указаниях, сделал презентацию к реферату;

– 5–7 баллов – выставляется обучающемуся, если он выполнил не все требования, содержащиеся в методических указаниях, сделал презентацию к реферату, реферат не содержит собственные взгляды обучающегося на проблему;

– 2–4 балла – выставляется обучающемуся, если реферат не содержит собственные взгляды обучающегося на проблему, реферат не содержит презентации, приводится только одна точка зрения на проблему;

– 0–1 балл – выставляется обучающемуся, если реферат не содержит собственные взгляды обучающегося на проблему, нет 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.

Зачет 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, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются темы представленных разделов, 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 стратегического управления персоналом, а также анализ его и оценка

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

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 решения практических заданий. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

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.