



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»  
INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Принята на заседании  
Учёного совета ИМЭС  
(протокол от 27 марта 2025 г. № 8)

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова  
27 марта 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**СЕРВИС-ДИЗАЙН**

по направлению подготовки  
54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль) «Дизайн среды и интерьера»

*Приложение 4  
к основной профессиональной образовательной программе  
по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн,  
направленность (профиль) «Дизайн среды и интерьера»*

Рабочая программа дисциплины «Сервис-дизайн» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, направленность (профиль) «Дизайн среды и интерьера» и предназначена для обучающихся очной формы обучения.

## Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ .....	4
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ .....	5
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН .....	7
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ .....	9
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ .....	12
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....	14

## 6. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Сервис-дизайн» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1015.

Дисциплина «Сервис-дизайн» направлена на изучение студентами базовых категорий, основных понятий, направлений, проблем проектной деятельности и возможности их практического решения.

Освоение учебной дисциплины обеспечивает формирование и развитие способности будущего специалиста самостоятельно и обоснованно конструировать проектную деятельность, а также эффективно применять приемлемые для конкретной ситуации проектные идеи. Освоение материалов курса раскрывает инновационные практики в исследовании поведения потребителей, применения технологий креативных индустрий, дизайна как моделирования впечатлений и ощущений клиентов.

### **Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока Б1.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

### **Цель и задачи дисциплины:**

*Целью изучения дисциплины «Сервис-дизайн»* является формирование практической компетенций, обеспечивающих успешную деятельность в сфере проектирования всех типов услуг и продуктов постиндустриальной экономики.

### *Задачи освоения дисциплины «Сервис-дизайн»:*

- сформировать знания и практические умения проектирования продуктов и услуг на основе методологии сервис дизайна.
- обучить проектировать и управлять качеством сервисного продукта предприятия.
- обучить применять коммуникативные инструменты сервис-дизайна.
- обучить понимать и владеть методологией сервис-дизайна.
- обучить разрабатывать решения для управления качеством сервиса.
- обучить понимать принципы дизайн-мышления в проектировании продуктов и услуг.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен участвовать в разработке и оформлении концептуального дизайн-проекта внешней и внутренней среды	ПК-4	<p><b>ПК-4.1</b> Демонстрирует знания основ формирования внешней и внутренней среды, творческих приемов и способов выражения авторского художественного замысла, умеет применять основные способы, средства и методы проектирования внешней и внутренней среды</p>	<p>1. Основы эргономики в проектировании интерьерных общественных пространств, а также пространств жилого назначения 2. Разницу в использовании одинакового материала в контексте проектирования объектов разных климатических условий 3. Актуальные материалы</p>	<p>1. Подбирать материал для отделки интерьерных общественных пространств, а также пространств жилого назначения</p>	<p>формирования внешней и внутренней среды, творческих приемов и способов выражения авторского художественного замысла, умеет применять основные способы, средства и методы проектирования внешней и внутренней среды</p>	<p><u>Контактная работа:</u> Лабораторные практикумы <u>Самостоятельная работа</u></p>
		<p><b>ПК-4.2</b> Участвует в анализе содержания задания на проектирование, в выборе оптимальных методов и средств их решения (в том числе, учитывая особенности проектирования с учетом потребностей лиц с ОВЗ и маломобильных групп граждан), в эскизировании, поиске вариантных проектных решений и</p>	<p>1. Основные принципы и приемы проектного формирования элементов комплексов оборудования и предметного наполнения среды, составляющих важнейшую неотъемлемую часть современных интерьеров людских пространств 2. Основные понятия эргономики и</p>	<p>1. Подбирать эргономическое обеспечение проектирования (бытовые приборы, мебель, оборудование, рабочие места, эргономические программы проектирования среды обитания) 2. Принять междисциплинарный решающий подход, задачи создания комфортной среды обитания во всех сферах и</p>	<p>анализа содержания задания на проектирование, в выборе оптимальных методов и средств их решения (в том числе, учитывая особенности проектирования с учетом потребностей лиц с ОВЗ и маломобильных групп граждан), в эскизировании, поиске вариантных проектных решений и</p>	

		обосновании результата проектирования	факторы, определяющие эргономические требования; антропометриче ские характеристики человека	жизнедеятельно сти — среды, предназначенно й для жилья, труда или отдыха	обосновании результата проектирования	
--	--	---	---	---	---	--

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА	
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра			Из них в форме практической подготовки
<i>Очная форма 7 семестр</i>											
<i>Тема 1. Дизайн-мышление в проектировании продуктов и услуг.</i>						7				14	Отчет по лабораторному практикуму / 20
<i>Тема 2. Методология сервис дизайна.</i>						7				14	Отчет по лабораторному практикуму / 20
<i>Тема 3. Коммуникативные инструменты сервис-дизайна.</i>						8				14	Отчет по лабораторному практикуму / 20
<i>Тема 4. Разработка прототипа продукта по запросам клиентам и дизайн сервисных решений.</i>						8				14	Отчет по лабораторному практикуму / 20
<i>Тема 5. Апробация дизайн-решений и рационализация сценария услуги.</i>						8				14	Отчет по лабораторному практикуму / 20
<b>Всего:</b>						<b>38</b>				<b>70</b>	<b>100</b>
<b>Контроль, час</b>										<b>Зачет</b>	
<b>Объем дисциплины (в академических часах)</b>	<b>108</b>										
<b>Объем дисциплины (в зачетных единицах)</b>	<b>3</b>										

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Тема 1. Дизайн-мышление в проектировании продуктов и услуг**  
Эволюция клиент-ориентированных решений в бизнесе. Концепция совместного создания ценностей (ССЦ) в процессе производства и потребления услуг. Особенности проектирования услуг в культурных и креативных индустриях. Конкуренция компаний в исследованиях поведения потребителей. Концепции вовлечения потребителя в проектирование продуктов и услуг. Понятие «сервис-дизайн» как системная инновация в бизнесе. Уникальный опыт и впечатление как ресурс и продукт сервис-дизайна. Роли потребителя в модели сервис-дизайна (потребитель-консультант; потребитель-промуотер; потребитель-человеческий ресурс).

### **Тема 2. Методология сервис-дизайна.**

Цепочка ценностей и точки контакта потребителей и производителей услуги. Баланс интереса потребителя и производителя услуги, продукта. Принципы сервис-дизайна (клиентоцентричность, сотворчество, этапность, наглядность целостность). Портрет пользователя и модели поведения потребителей для решений сервис-дизайна. Уровень вовлеченности потребителя в проектировании продукта или услуги. Аналитика в сервис-дизайне (Data-Driven Design). Задачи сервис-дизайна (инсайт для решения, сервисный сценарий, сервисный механизм). Процессный подход к сервис-дизайну. Специфика проектирования впечатлений в рамках дизайна продукта или услуги. Апробация продукта в сервис-дизайне. Прогноз коммерческого результата и бизнес масштабирования услуги, продукта.

### **Тема 3. Коммуникативные инструменты сервис-дизайна**

Проектирование коммуникаций в структуре сервис-дизайна (локации и содержание контакта). Ошибки восприятия поведения клиента. Библиотека коммуникационных инструментов и знаний для сервис-дизайна. Практики исследования поведения потребителей и коммуникаций с клиентами («День из жизни», «Этнографическое интервью», «Шэдоуинг», метод сценариев поведения клиента). Анализ и проектирование коммуникативных решений в сервис-дизайне.

### **Тема 4. Разработка прототипа продукта по запросам клиентов и дизайн сервисных решений**

Задачи прототипирования услуги или продукта в сервис-дизайне (в сфере сервиса, дизайна, обучения, туризма и др.). Принципы создания прототипа. Идея прототипа. Отбор идей для прототипа. Макеты и эскизы в дизайн-сервисе. Моделирование прототипа с использованием материальных носителей. Картирование и визуализация услуги. Информационные технологии в прототипировании. Упаковка как составная часть восприятия продукта (услуги). Фирменный стиль в структуре дизайн-сервиса.

## ***Тема 5. Апробация дизайн-решений и рационализация сценария услуги***

Задачи и методы апробаций решений в сервис-дизайне. Способы исследования прототипа продукта или услуги. Оценка коммерческих перспектив продукта или услуги. Управление восприятием новой услуги, продукта. Управление поведением клиента в дизайне продукта или услуги (навигация, обучение, инструкции). Услуга, продукт как результат модернизации прототипа. Спецификация продукта, услуги. Программа продвижения как составная часть дизайна продукта, услуги.

### **5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лабораторные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

#### ***Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов***

Лабораторный практикум – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

*Требования к оформлению результатов практикумов.*

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической

последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

*Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям.*

При подготовке к практическим занятиям необходимо акцентировать внимание студентов на детальное изучение методов решения задач и примеров, рассмотренных на лекционных занятиях и нацелить на самостоятельное решение заданий из учебника, приведенных в конце каждой главы учебника.

*Порядок проведения практикума.*

1. Преподаватель разъясняет приёмы и методы решения на примере типовых задач по изучаемой теме (2-3 задачи).

2. Преподаватель даёт 2-3 задачи для самостоятельного решения.

3. Преподаватель контролирует решение задач обучающимися в индивидуальном порядке, подсказывает правильные пути решения.

4. По окончании практикума преподаватель подводит итоги, вскрывает типичные ошибки и отмечает отличившихся обучающихся, успешно решивших все задачи.

В ходе выполнения практикума, обучающиеся более глубоко усваивают физические законы посредством применения их к конкретным физическим ситуациям и процессам, учатся моделировать физические явления и анализировать полученные результаты.

### ***Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

**Работа с литературой (конспектирование)**

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение

основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

### ***Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины***

<b>Наименование темы</b>	<b>Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение</b>	<b>Формы самостоят. Работы</b>	<b>Форма текущего контроля</b>
<i>Тема 1. Дизайн-мышление в проектировании продуктов и услуг.</i>	Рабочие материалы, необходимые для движения по процессу дизайн-мышления.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму.	Отчет по лабораторному практикуму
<i>Тема 2. Методология сервис дизайна.</i>	Методология, которая помогает улучшить взаимодействие компании с людьми.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму.	Отчет по лабораторному практикуму
<i>Тема 3. Коммуникативные инструменты сервис дизайна.</i>	Особый подход к потребителю.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму.	Отчет по лабораторному практикуму

Тема 4. Разработка прототипа продукта по запросам клиентам и дизайн сервисных решений.	Основные инструменты сервис дизайна.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму.	Отчет по лабораторному практикуму
Тема 5. Апробация дизайн-решений и рационализация сценария услуги.	Инструменты сервис дизайна.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму.	Отчет по лабораторному практикуму

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

#### Основная литература:

1. Бражников, М. А. Сервисология: учебник для вузов / М. А. Бражников. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 144 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13343-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567258>

2. Черников, В. Г. Сервисология: учебник для вузов / В. Г. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 252 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13272-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567227>

3. Бабокин, Г. И. Основы функционирования систем сервиса: учебник для вузов / Г. И. Бабокин, А. А. Подколзин, Е. Б. Колесников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 837 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20013-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569253>

### **Дополнительная литература:**

1. Основы функционирования систем сервиса: учебник для вузов / под редакцией М. Е. Ставровского. — Москв: Издательство Юрайт, 2025. — 190 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13009-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567137>

2. Реброва, Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560155>

## **6.2. Описание материально-технической базы**

**Учебная аудитория**, предназначенная для проведения учебных занятий, предусмотренных настоящей рабочей программой дисциплины, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения, в состав которых входят: комплекты специализированной учебной мебели, доска классная, мультимедийный проектор, экран, компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся** – аудитория, оснащенная следующим оборудованием и техническими средствами: специализированная мебель для преподавателя и обучающихся, доска учебная, мультимедийный проектор, экран, звуковые колонки, компьютер (ноутбук), персональные компьютеры для работы обучающихся с установленным лицензионным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

**6.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. [https://elibrary.ru/org\\_titles.asp?orgsid=14364](https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364) – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»

### Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое).

## **7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### *7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины*

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Лабораторный практикум	20-15 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 14-10 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 9-5 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 4-0 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.

**Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках  
текущего контроля успеваемости**

**Примерные задания по лабораторному практикуму**

**Примерное задание 1**

1. Многомерное, интуитивное, творческое мышление.
2. Невербальное мышление: визуальное, продуктивное, латеральное, параллельное, гештальт-логика, двухполярное мышление.
3. Дизайн-мышление в центре инновационных компаний

**Задание:** Выбрать любой продукт, и применив три фундаментальных метода, как «Мозговой штурм», «Синектика» и «Морфологический анализ», выявить более полно недостатки продукта, найти новые решения, как в области маркетинга, так и в рекламной концепции марки.

**Примерное задание 2**

1. Проектирование услуг как этап жизненного цикла.
2. Проектная документация в сервис-дизайне.
3. Основные аспекты проектирования (дизайна) услуг.
4. Проектирование процессов
5. Модели для проектирования и предоставления услуг

**Вопросы для самоконтроля:**

1. Перечислите основные задачи в рамках проектирования услуг
2. С чего начинается проектирование услуг в сервис-дизайне?
3. Назовите и охарактеризуйте аспекты, которые необходимо учитывать при проектировании услуг
4. Перечислите элементы процесса проектирования услуг.
5. Дайте определение понятиям моделей предоставления услуг: Инсоринг, Аутосоринг, Ко-соринг, Мультисоринг.

**Контрольное задание** – в качестве примера улучшения сервиса возьмите Российскую Государственную Библиотеку для Молодежи и проанализируйте новые идеи организации и дизайна предлагаемых услуг.

Проанализировать улучшенный вариант сервиса необходимо через все фазы дизайнерского процесса:

1. Проблематизация (исследование, определение проблемы).
2. Идея (концепция путей решения проблемы)
3. Воплощение (новый сервис)
4. Доказательства (оценка результата, его представление)

Задание – представить проект контрольной работы на занятиях в группе.

Для представления проекта должна быть подготовлена пояснительная записка и презентация

## 7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
<p>Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:</p> <p>Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>«Зачтено»</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– <b>90-100</b> – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</li><li>– <b>70 -89</b> – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</li><li>– <b>50 - 69</b> – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.</li></ul> <p><b>«Не зачтено»</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– <b>менее 50</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.</li></ul>

### *Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся*

#### *Задания 1-го типа*

1. Эволюция клиент-ориентированных решений в бизнесе.
2. Концепция совместного создания ценностей (ССЦ) в процессе производства и потребления услуг.
3. Особенности проектирования услуг в культурных и креативных индустриях.
4. Конкуренция компаний в исследованиях поведения потребителей.
5. Концепции вовлечения потребителя в проектирование продуктов и услуг.
6. Понятие «сервис-дизайн» как системная инновация в бизнесе.
7. Уникальный опыт и впечатление как ресурс и продукт сервис-дизайна.
8. Роли потребителя в модели сервис-дизайна (потребитель-консультант; потребитель промоутер; потребитель-человеческий ресурс).
9. Цепочка ценностей и точки контакта потребителей и производителей услуги.

10. Баланс интереса потребителя и производителя услуги, продукта.
11. Принципы сервис-дизайна (клиентоцентричность, сотворчество, этапность, наглядность целостность).
12. Портрет пользователя и модели поведения потребителей для решений сервис-дизайна.
13. Уровень вовлеченности потребителя в проектировании продукта или услуги.
14. Аналитика в сервис-дизайне (Data-Driven Design).
15. Задачи сервис-дизайна (инсайт для решения, сервисный сценарий, сервисный механизм).
16. Процессный подход к сервис-дизайну.
17. Специфика проектирования впечатлений в рамках дизайна продукта или услуги.
18. Апробация продукта в сервис-дизайне.
19. Прогноз коммерческого результата и бизнес-масштабирования услуги, продукта.
20. Дизайн-мышление в проектировании продуктов
21. Дизайн-мышление в проектировании услуг.
22. Методология сервис дизайна.
23. Коммуникативные инструменты сервис-дизайна.
24. Разработка прототипа продукта по запросам клиентам и дизайн сервисных решений.
25. Апробация дизайн-решений и рационализация сценария услуги.

### ***Задания 2-го типа***

1. Проектирование коммуникаций в структуре сервис-дизайна (локации и содержание контакта). Как проектируются коммуникации?
2. Назовите ошибки восприятия поведения клиента. В чем состоят ошибки?
3. Библиотека коммуникационных инструментов и знаний для сервис-дизайна. Какие коммуникационные инструменты Вы знаете?
4. Практики исследования поведения потребителей и коммуникаций с клиентами. Какими методами ведутся исследования?
5. Анализ и проектирование коммуникативных решений в сервис-дизайне. Какая основная задача коммуникативных решений?
6. Что такое локация в дизайн-сервисе?
7. Что такое сценарий поведения клиента?
8. Что такое контент коммуникации с клиентом?
9. Задачи прототипирования услуги или продукта в сервис-дизайне (в сфере сервиса, дизайна, обучения, туризма и др.) Назовите цели и задачи.
10. Принципы создания прототипа. Какие принципы основные?
11. Идея прототипа. Отбор идей для прототипа. Как ведется работа?
12. Макеты и эскизы в дизайн-сервисе. Какая основная задача макетов и эскизов?

13. Моделирование прототипа с использованием материальных носителей. Какие технологии используют в моделировании?
14. Информационные технологии в прототипировании. Назовите основные технологии.
15. Упаковка как составная часть восприятия продукта (услуги). Основные тенденции в упаковке товаров.
16. Анализ процессного подхода к сервис-дизайну.
17. Анализ специфики проектирования впечатлений в рамках дизайна продукта или услуги.
18. Анализ апробация продукта в сервис-дизайне.
19. Анализ прогнозов коммерческого результата и бизнес-масштабирования услуги, продукта.
20. Анализ проектирования услуг.
21. Анализ дизайна сервисных решений.
22. Анализ методологии сервис-дизайна.
23. Анализ коммуникативных инструментов сервис-дизайна.
24. Анализ прототипа продукта по запросам клиента.
25. Анализ апробации дизайн-решений и рационализации сценария услуги.

### ***Задания 3-го типа***

1. В чем преимущество прототипа (материальной модели, картирования, эскиза) в работе с заказчиком?
2. Сколько вариантов прототипа рекомендуется предлагать заказчику?
3. Почему упаковка является составной частью продукта?
4. Задачи и методы апробаций решений существуют в сервис-дизайне?
5. Какие способы исследования прототипа продукта или услуги?
6. Какова оценка коммерческих перспектив продукта или услуги?
7. Способы управление восприятием новой услуги, продукта?
8. Управление поведением клиента в дизайне продукта или услуги Вы знаете? (навигация, обучение, инструкции).
9. Какие результаты модернизации прототипа Вы знаете?
10. Какие программа продвижения как составная часть дизайна продукта Вы знаете?
12. Какие требования следует соблюдать при разработке инструкции к продукту?
13. Чем отличается рекламный буклет от спецификации услуги?
14. Какие методы оценки прототипа наиболее эффективны?
15. Какая роль фирменного стиля в структуре дизайн сервиса?