

Приложение 2 к РПД Сервис-дизайн
Направление подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями
подготовки),
Направленность (профили) Дизайн. Технология
Форма обучения – очная
Год набора - 2020

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Общие сведения

| | | |
|----|--------------------------|--|
| 1. | Кафедра | Искусств и дизайна |
| 2. | Направление подготовки | 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) |
| 3. | Направленность (профили) | Дизайн. Технология |
| 4. | Дисциплина | Сервис-дизайн |
| 5. | Форма обучения | очная |
| 6. | Год набора | 2020 |

Перечень компетенций

ОПК-7 Способен взаимодействовать с участниками образовательных отношений в рамках реализации образовательных программ.

ПК-3 Способен осуществлять организационно-методическое обеспечение реализации дополнительных образовательных программ.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

| Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины) | Формируемая компетенция | Критерии и показатели оценивания компетенций | | | Формы контроля сформированности компетенций |
|--|-------------------------|--|--|---|--|
| | | Знать: | Уметь: | Владеть: | |
| Раздел 1. Инновации клиент-ориентированного бизнеса | ОПК-7 ПК-3 | Принципы и методологию сервис-дизайна | Применять коммуникативные инструменты и составлять спецификацию проекта в сервис-дизайне | методами визуальной коммуникации и комплексных проектных решений в сервис-дизайне | Доклады (презентации), кейс-задание; терминологический диктант |
| Раздел 2. Практикум сервис-дизайна | ОПК-7 ПК-3 | Методы разработки дизайн-проекта в соответствии с культурными потребностями различных социальных групп | Разрабатывать дизайн-решения для конкретного продукта или услуги | Методами прототипирования, компьютерного моделирования и апробации услуги, продукта средствами сервис-дизайна | Доклады (презентации), кейс-задание, бланковый тест |

4 Критерии и шкалы оценивания

4.1 ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ

Критерии и шкала оценки выполнения задания (до 5 баллов):

| | | | | | |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
| Процент правильных ответов | 50-60 | 61-70 | 71-80 | 81-90 | 91-100 |
| Количество баллов за результаты | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

4.2 БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ

Критерии и шкала оценки выполнения задания (до 5 баллов):

| | | | | | |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
| Процент правильных ответов | 50-60 | 61-70 | 71-80 | 81-90 | 91-100 |
| Количество баллов за результаты | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Ключ к тесту

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| Б | А | Б | А | А | Б | В | Б | А | А |

4.3. (кейс) Наблюдение «Выбор игрушки-сувенира в контактной зоне»

Критерии оценки выполнения задания:

| | |
|--|--------------|
| Составлен список вопросов для наблюдения выбора продукта | До 5 баллов |
| Проведена группировка вопросов по объектам наблюдения | До 5 баллов |
| Протокол наблюдения имеет вид мемо-карты, вариантов | До 5 баллов |
| Всего баллов | До 15 баллов |

4.4. (кейс) Оценка прототипа для проектирования продукта, услуги

Критерии и шкала оценки выполнения задания:

| | |
|---|--------------|
| Составлен чек-лист имеет вид перечня вопросов для оценки, представлена шкала оценки | До 5 баллов |
| Использована методика оценки, сделано предложение для улучшения прототипа | До 5 баллов |
| Выделены позиции по выявлению ценностных предложений и дизайна продукта (услуги) | До 5 баллов |
| Всего баллов | До 15 баллов |

4.5. Презентация доклада (выступления), исследования

Критерии оценки выполнения задания:

| Структура презентации | Максимальное количество баллов |
|--|--------------------------------|
| Содержание | |
| Сформулирована цель, проблема работы | 1 |
| Информация изложена полно и четко | 1 |
| Использованы самостоятельно разработанные блок-схемы, диаграммы, мемокарты | 3 |
| Сделаны выводы, определена практическая значимость, перспективность исследования | 2 |
| Оформление презентации | |
| Единый стиль оформления | 1 |
| Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой | 1 |
| Эффект презентации | |
| Презентация позволяет включить ее в образовательный контент | 1 |
| Мах количество баллов | 10 |

5.6. Критерии оценки ответа на зачете

(1 вопрос - 20 баллов; 2 вопрос - 20 баллов)

Ответ студента на зачете оценивается баллами, которые в совокупности с набранными в течение семестра позволяют выставить оценку «зачтено» (61 и более баллов) в соответствии со следующими критериями:

Студент

- владеет профессиональной терминологией, четко интерпретирует информацию;
- аргументированно проводит обоснование выводов по излагаемым вопросам;
- проявляет практические компетенции в сфере дизайн-проектирования, организации исследования культурных потребностей различных социальных групп, выполнил

дизайн-проект и/или представил концептуальное обоснование идеи и прототипа.

5 Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

5.1. ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ

1. **Сервис-дизайн** — это планирование и организация процессов, людей, инфраструктуры, с целью улучшить взаимодействие между клиентом и компанией (сервисом), человеком и процессом.
2. **Точка контакта** – моменты, когда клиент напрямую взаимодействовал с каким-либо из проявлений сервиса компании.
3. **Service Blueprint** – план коммуникации сторон, который наглядно представляет все действия клиента на пути приобретения продукта либо услуги, равно как и действия представителя компании, предоставляющего услугу.
4. **Карты пользовательского опыта** – визуальная модель, которая наглядно показывает способы взаимодействия пользователей с сервисом компании, помогают лучше понять потребителя, а также выявить сильные и слабые стороны бизнеса.
5. **Совместное создание ценностей** – концепция повышения привлекательности услуги, продукта в условиях требований стандартов продуктов и услуг.
6. **Вовлечение потребителя (Customer brand engagement)** – взаимодействие потребителя с производителем услуги, характеризующиеся когнитивными, эмоциональными и/или поведенческими аспектами и обеспечивающее возможность создания, построения и укрепления отношений с потребителем
7. **Тестирование функционала сервиса** – серия решений, действий по апробации разработанной услуги с учетом комфорта использования клиентами.
8. **Прототипирование** – процесс быстрого создания приблизительной модели продукта (услуги), для обсуждения с заказчиком ожидаемого продукта (услуги).
9. **Особенности дизайн-мышления** – выявление скрытых потребностей человека, создание прототипов нового продукта или сервиса и быстрое тестирование в целевых группах.
10. **Интуитивный конструктор** – инструмент создания услуги (программное обеспечение), где из готовых блоков с понятной визуализацией автор может создать сервис, ориентированный на конкретный запрос потребителя.

5.2. БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ

1. Деятельность, направленная на получение, потребление и распоряжение продуктами и услугами, включая процессы принятия решения, которые предшествуют этим действиям или следуют за ними:

- а. сервисная деятельность;
- б. поведение потребителей;
- в. процесс обслуживания;
- г. проектирование услуги.

2. Юридическое или физическое лицо, пользующееся услугами другого физического или юридического лица, вступающее с ним в деловые отношения:

- а. клиент;
- б. партнер;
- в. коммерсант;
- г. конкурент.

3. Совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя

- а. лояльность;
- б. качество;**
- в. кастомизация;
- г. надежность.

4. Анализ кросс-культурных особенностей - изучение

- а. сходств и различий между потребителями разных стран или регионов.**
- б. конфликтных сегментов между конкурентами
- в. культуры целевых аудиторий предприятия
- г. специфики продвижения по различным каналам продаж

5. Процесс прогнозирования потребителем реакции других людей на его поведение и внешний облик

- а. зеркальная самооценка – зеркальное «я».**
- б. самоидентификация
- в. кастомизация
- г. селебритис

6. Продукт, который респондент предпочитает всем другим, включая те, которые он знает

- а. уникальный продукт
- б. идеальный продукт**
- в. массовый продукт

7. Лица, мнение которых может оказать влияние на позицию целевой аудитории. Они обладают опытом и знаниями в определенных вопросах.

- а. фокус-группа
- б. эксперты
- в. выразители мнения**
- г. постоянные покупатели

8. Совокупность свойств и характеристик, которые придают продукту способность удовлетворить потребности покупателя:

- а. потребительская ценность продукта;
- б. качество продукта;**
- в. марка продукта.

9. К какому типу относится этот вопрос: «Каково Ваше отношение к сладким кукурузным хлопьям?»:

- а. открытый вопрос;**
- б. вопрос с фиксированными альтернативами;
- в. дихотомический вопрос;
- г. семантическая дифференциальная шкала;

10. «Петля качества» - это:

- а. модель организации производства услуги;**
- б. опросный лист потребителя услуги;
- в. название программного обеспечения тестирования услуги;

г. заключительный документ (акт) проверки предприятия сервиса.

5.3. Кейс – наблюдение «Выбор игрушки-сувенира в контактной зоне»

Ситуация – фирма Z предлагает игрушки-сувениры, которые можно купить в магазине, через сайт фирмы, а также на выставке-ярмарке. Игрушки-сувениры пользуются спросом, фирма стремится расширить продажи, но перед Новым годом конкуренция значительно усиливается, появляются и продукты-конкуренты, и продукты-заменители.

Необходимо провести анализ того, как потенциальные клиенты ищут игрушки-сувениры, на что обращают внимание в первую очередь, какие эмоции проявляют.

Задание: составить чек-лист для наблюдения, сделать вывод о перспективах улучшения контактов с клиентами в процессе выбора и покупки игрушки-сувенира.

5.4. Кейс: «Оценка прототипа для проектирования продукта, услуги»

Ситуация: Объявлен конкурс инвестиционных проектов для малого бизнеса, представляющего продукты и услуги, ориентированные на благополучие человека.

Задание:

1. Предложить концепцию продукта, услуги.
2. Обосновать позитивные ожидания от потребления продукта, услуги.
3. Представить макет, прототип (в любом исполнении), который можно обсуждать с заказчиком наряду с техническим заданием.
4. Представить чек-лист (алгоритм) оценки прототипа, макета как самостоятельного и перспективного продукта для коммуникаций с заказчиком (инвестором).

5.5 Примерные темы презентации докладов (дополнительные задания):

1. Эволюция клиент-ориентированного бизнеса и технологий проектирования продуктов и услуг.
2. Визуализация идей в сервис-дизайне (первый этап проектирования).
3. Модели и прототипы в сервис-дизайне.
4. Точки контакта потребителя и производителя услуги (на примере...).
5. Экономика впечатлений и экономика желаний в современном обществе.
6. Сценарий предоставления услуги как предмет дизайна.
7. Дизайн контактной зоны сервисного предприятия.
8. Полиграфические решения в сервис-дизайне.
9. 3D-модели в сервис-дизайне.
10. Картирование процесса предоставления услуги.

5.6. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

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. Концепции вовлечения потребителя в проектирование продуктов и услуг.
5. Понятие «сервис-дизайн» как системная инновация в бизнесе.
6. Уникальный опыт и впечатление как ресурс и продукт сервис-дизайна.
7. Роли потребителя в модели сервис-дизайна (потребитель-консультант; потребитель-промоутер; потребитель-человеческий_ресурс).
8. Цепочка ценностей и точки контакта потребителей и производителей услуги.
9. Баланс интереса потребителя и производителя услуги, продукта.
10. Принципы сервис-дизайна (клиентоцентричность, сотворчество, этапность, наглядность целостность).

11. Уровень вовлеченности потребителя в проектировании продукта или услуги.
12. Задачи сервис-дизайна (инсайт для решения, сервисный сценарий, сервисный механизм).
13. Процессный подход к сервис-дизайну.
14. Специфика проектирования впечатлений в рамках дизайна продукта или услуги.
15. Апробация продукта в сервис-дизайне.
16. Прогноз коммерческого результата и бизнес-масштабирования услуги, продукта.
17. Проектирование коммуникаций в структуре сервис-дизайна (локации и содержание контакта).
18. Ошибки восприятия поведения клиента.
19. Библиотека коммуникационных инструментов и знаний для сервис-дизайна.
20. Задачи прототипирования услуги или продукта в сервис-дизайне (в сфере сервиса, дизайна, обучения, туризма и др.).
21. Принципы создания прототипа. Отбор идей для прототипа.
22. Макеты и эскизы в дизайн-сервисе.
23. Моделирование прототипа с использованием материальных носителей.
24. Картирование и визуализация услуги.
25. Информационные технологии в прототипировании.
26. Упаковка как составная часть восприятия продукта (услуги).
27. Фирменный стиль в структуре дизайн-сервиса.
28. Задачи и методы апробаций решений в сервис-дизайне.
29. Способы исследования прототипа продукта или услуги.
30. Оценка коммерческих перспектив продукта или услуги.
31. Управление восприятием новой услуги, продукта.
32. Управление поведением клиента в дизайне продукта или услуги (навигация, обучение, инструкции).
33. Услуга, продукт как результат модернизации прототипа.
34. Спецификация продукта, услуги.
35. Программа продвижения как составная часть дизайна продукта, услуги.