

**Приложение 2 к РПД Сервис-дизайн**  
**Направление подготовки 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями**  
**подготовки),**  
**Направленность (профили) Художественное образование. Дизайн**  
**Форма обучения – очная**  
**Год набора - 2021**

**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)	Художественное образование. Дизайн
4.	Дисциплина	Сервис-дизайн
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2021

**Перечень компетенций**

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

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 и компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
Раздел 1. Инновации клиент-ориентированного бизнеса	УК-2 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	УК-2 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
<b>Содержание</b>	
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
<b>Оформление презентации</b>	
Единый стиль оформления	1
Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	1
<b>Эффект презентации</b>	
Презентация позволяет включить ее в образовательный контент	1
<b>Мах количество баллов</b>	<b>10</b>

### 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-промуотер; 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.