

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1.	Кафедра	Искусств и дизайна
2.	Направление подготовки	43.03.01 Сервис
3.	Направленность (профиль)	Сервис индустрии гостеприимства и общественного питания
4.	Дисциплина	Сервис-дизайн
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

I. Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных и практических занятий

1.1 Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных занятий

Изучение дисциплины «Сервис-дизайн» позволяет студенту сформировать практические компетенции, обеспечивающие успешную деятельность в сфере проектирования всех типов услуг и продуктов постиндустриальной экономики.

Освоение материалов курса раскрывает инновационные практики в исследовании поведения потребителей, применения технологий креативных индустрий, дизайна как моделирования впечатлений и ощущений клиентов.

Работа с лекционным материалом – это работа с записями.

Материал лекций является алгоритмом поиска информации на заданную тему, ориентирует в проблемах и ресурсах информационных систем. Материалы лекции необходимо использовать для подготовки к практическим занятиям. В ходе лекции следует внимательно относиться к тем моментам, где преподаватель указывает на основные и дополнительные источники информации: следует четко записывать данные источника, оставлять место для дополнительных комментариев, а также для того, чтобы записать аналогичный источник информации, раскрывающий данный пункт темы. В качестве дополнительной работы следует применять метод формализации записей, то есть на свободном месте создавать схемы, зафиксированного материала. Новые термины, понятия, определения следует выделять, добиваться глубокого запоминания формулировок, а также мысленно выстраивать логику связей между терминами и определениями различных модулей.

Приступая к изучению дисциплины, студенту необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий. Самостоятельная работа студента предполагает работу с научной и учебной литературой, умение создавать тексты. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий.

При изучении дисциплины студенты выполняют следующие задания:

- изучают рекомендованную научно-практическую и учебную литературу;
- выполняют задания, предусмотренные для самостоятельной работы.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на практическое занятие и указания на самостоятельную работу.

1.2 Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям

Практические занятия посвящены изучению наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

В ходе подготовки к семинарским (практическим) занятиям следует изучить основную и дополнительную литературу, учесть рекомендации преподавателя и требования рабочей программы.

Рекомендуется подготовить свой конспект ответов по рассматриваемой теме, подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на занятие. Следует продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной практикой. Список рекомендованной литературы следует дополнить современными источниками, в том числе аналитикой по реализованным проектам в креативных индустриях, культурных мероприятиях.

1.3. Методические рекомендации по подготовке презентации

Алгоритм создания презентации:

- 1 этап – определение цели презентации
- 2 этап – подробное раскрытие информации,
- 3 этап – основные тезисы, выводы.

Следует использовать 7-12 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;
 - на втором слайде необходимо разместить ключевые вопросы, представленные в презентации
 - оставшиеся слайды имеют информативный характер.
- Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Требования к оформлению и представлению презентации:

1. Тщательно структурированная информация.
2. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.
3. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац.
4. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.
5. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.
6. Графика должна органично дополнять текст.
7. Выступление с презентацией длится не более 10 минут;

1.4 Методические рекомендации по решению кейс-заданий

Метод case-study или метод конкретных ситуаций (от английского case – случай, ситуация) представляет собой неигровой имитационный метод активного обучения, где

ключевым методом является проблемно-ситуационный анализ, который представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую в качестве задачи для анализа и поиска решения. Прагматический анализ предполагает осмысление того или иного объекта, процесса, явления с точки зрения более эффективного использования в практике работы организации (диагностику содержания деятельности в ситуации, ее моделирование и оптимизацию).

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов. Работа с кейсом осуществляется поэтапно:

Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить.

Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Возможно проведение «мозгового штурма».

Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.

Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Восьмой этап - подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Применение кейсов может быть предложено для самостоятельной работы, коллективного обсуждения, а также для оценочных задач в индивидуальной работе со студентами.

1.5 Методические указания к выполнению терминологического диктанта

Терминологический диктант предполагает проверку понимания ключевых терминов по дисциплине, может быть проведен как самостоятельное контрольное мероприятие или быть включенным в собеседование со студентом. Проведение диктанта предполагает, что студент умеет раскрывать содержание термина или по развернутому определению записывать термин (понятие) в чек-лист. Терминологический диктант проводится как подготовка к тестовым заданиям. Для подготовки к диктанту можно использовать следующие формы работы:

- работа с конспектом лекций;
- составление глоссария по темам;
- составление мемокарты понятия, где используется несколько терминов.

1.6 Методические указания к выполнению тестовых заданий

Тестовая система предусматривает вопросы / задания, на которые необходимо дать один или несколько вариантов правильного ответа из предложенного списка ответов. При поиске ответа необходимо проявлять внимательность. Прежде всего, следует иметь в виду, что в предлагаемом задании всегда будет один правильный и один неправильный ответ. Всех правильных или всех неправильных ответов быть не может. Нередко в

вопросе уже содержится смысловая подсказка, что правильным является только один ответ, поэтому при его нахождении продолжать дальнейшие поиски уже не требуется.

Вопросы в тестах могут быть обобщенными, не затрагивать каких-то деталей, в этом случае необходимо найти ответ, который является верным по существу, обобщает какое-либо понятие, раскрывает процесс и т.п.

Тестовые задания сгруппированы по темам учебной дисциплины.

Количество тестовых вопросов/заданий по каждой теме определено так, чтобы быть достаточным для оценки знаний по всему пройденному материалу.

1.7 Работа с дополнительной литературой и другими источниками информации

Эта работа отражает специфику дисциплины, где в базовых основаниях в большей мере лежат электронные ресурсы, раскрывающие специфику профессиональной подготовки. Это повышает требования к умению работать с большими объемами данных, агрегировать знания из различных источников, самостоятельно выстраивать логику освоения нового материала, в том числе дополнительного характера. Рекомендуется использовать источники информации официального характера, открытые ресурсы исследовательских и проектных университетов, веб-порталы бизнес-ассоциаций и образовательных площадок. Вместе с тем для освоения курса целесообразно проводить мониторинг социальных медиаресурсов, которые имеют группы по изучаемой теме. Для формирования экспертного опыта необходимо использовать отзывы посетителей о мобильных сервисах и других продуктах, связанных с инновациями в туризме.

Оценка эффективности самостоятельной работы проводится в ходе аудиторных занятий, путем использования контрольных вопросов и тестовых материалов, связанных с темами, нераскрытыми в лекции. Также на основании знаний, полученных индивидуально, студентам предлагается принять участие в научно-практических конференциях, неделе науки и др.

Для формирования компетенций и углубленного изучения вопросов следует составлять схемы, алгоритмы и таблицы. Итоговый материал должен быть кратким, содержать примеры, географические названия, профессиональные термины.

1.8. Методические рекомендации по подготовке к сдаче зачета

Подготовка к зачету предполагает последовательную активность в освоении материалов курса, участие в практических занятиях, выполнение заданий для самостоятельной работы. В период подготовки к зачету студенты вновь обращаются к учебно-методическим материалам и закрепляют промежуточные знания. На зачет выносятся материал в объеме, предусмотренном рабочей программой учебной дисциплины за семестр.

Подготовка студента к зачету включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса;
- подготовка к ответу на вопросы.

При подготовке к зачету студентам целесообразно использовать материалы лекций, основную и дополнительную литературу.

Зачет проводится в устной форме по билетам, которые утверждаются на заседании кафедры и включают в себя два вопроса. Формулировка вопросов совпадает с формулировкой перечня вопросов, доведенного до сведения студентов накануне экзаменационной сессии. Содержание вопросов одного билета относится к различным разделам программы с тем, чтобы более полно охватить материал учебной дисциплины.

Преподавателю предоставляется право задавать студентам вопросы в рамках билета, а также, помимо теоретических вопросов, предлагать задачи практико-ориентированной направленности по программе данного курса.

На подготовку к ответу на билет на зачете отводится 20 минут.

Результат зачета выражается оценками «зачтено», «незачтено».

При явке на зачет студенты обязаны иметь при себе зачетную книжку, которую они предъявляют преподавателю в начале зачета, а также письменные принадлежности. За нарушение дисциплины и порядка студенты могут быть удалены с зачета.

II. Планы практических занятий

II. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

РАЗДЕЛ 1. ИННОВАЦИИ КЛИЕНТ-ОРИЕНТИРОВАННОГО БИЗНЕСА

Практическое занятие 1. Дизайн-мышление в проектировании продуктов и услуг (4 часа).

Вопросы для коллективного обсуждения:

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-промуотер; потребитель-человеческий_ресурс).

Литература: [1; 3]

Вопросы для самоконтроля

1. Какие факторы определили инновации в клиент-ориентированном менеджменте?
2. Почему все более актуальной становится практика вовлечения клиента в формирование услуги, продукта
3. В чем суть понятия «потребитель-консультант»?

Задание для самостоятельной работы

Составить глоссарий «Дизайн-мышление и дизайн-сервис».

Практическое занятие 2. Методология сервис-дизайна (4 часа)

Вопросы для коллективного обсуждения:

1. Цепочка ценностей и точки контакта потребителей и производителей услуги.
2. Баланс интереса потребителя и производителя услуги, продукта.
3. Принципы сервис-дизайна (клиентоцентричность, сотворчество, этапность, наглядность целостность).
4. Портрет пользователя и модели поведения потребителей для решений сервис-дизайна.
5. Уровень вовлеченности потребителя в проектировании продукта или услуги.
6. Аналитика в сервис-дизайне (Data-Driven Design).
7. Задачи сервис-дизайна (инсайт для решения, сервисный сценарий, сервисный механизм).
8. Процессный подход к сервис-дизайну.

9. Специфика проектирования впечатлений в рамках дизайна продукта или услуги.
10. Апробация продукта в сервис-дизайне.
11. Прогноз коммерческого результата и бизнес-масштабирования услуги, продукта.

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое «цепочка ценностей» относительно продукта, услуги?
2. В чем суть инсайта для решения в дизайн-сервисе?
3. Что такое масштабирование в бизнесе?

Литература: [2; 3]

Практическое занятие 3. Коммуникативные инструменты сервис-дизайна (4 часа)

Часть 1. Вопросы для коллективного обсуждения:

1. Проектирование коммуникаций в структуре сервис-дизайна (локации и содержание контакта).
2. Ошибки восприятия поведения клиента.
3. Библиотека коммуникационных инструментов и знаний для сервис-дизайна.
4. Практики исследования поведения потребителей и коммуникаций с клиентами.
5. Анализ и проектирование коммуникативных решений в сервис-дизайне.

Часть 2. Интерактивное занятие – деловая игра «Методы изучения поведения клиентов»

На занятии проводится апробация методик изучения поведения клиентов (на основе реальных ситуаций). По итогам проходит рефлексия результатов, выбора наиболее результативной методики для определенной целевой аудитории.

Литература: [1; 2]

Вопросы для самоконтроля

1. Что такое локация в дизайн-сервисе?
2. Что такое сценарий поведения клиента?
3. Что такое контент коммуникации с клиентом?

Задание для самостоятельной работы

Провести наблюдение за 2-3 персонами, которые имеют намерение получить услугу, купить продукт (вариант: провести самонаблюдение).

РАЗДЕЛ 2. ПРАКТИКУМ СЕРВИС-ДИЗАЙНА

Практическое занятие 4. Разработка прототипа продукта по запросам клиентов и дизайн сервисных решений (6 часов).

Вопросы для коллективного обсуждения:

1. Задачи прототипирования услуги или продукта в сервис-дизайне (в сфере сервиса, дизайна, обучения, туризма и др.).
2. Принципы создания прототипа.
3. Идея прототипа. Отбор идей для прототипа.
4. Макеты и эскизы в дизайн-сервисе.
5. Моделирование прототипа с использованием материальных носителей. Картирование и визуализация услуги.
6. Информационные технологии в прототипировании.

7. Упаковка как составная часть восприятия продукта (услуги).
8. Firmenный стиль в структуре дизайн-сервиса.

Часть 2. Интерактивное занятие – практикум «Разработка прототипа услуги (продукта)»

По согласованию с преподавателем студент выбирает предмет проектирования, разрабатывает модель, прототип услуги, продукта (рисунок, мемо-карта, материальная модель, виртуальная модель).

Литература: [2; 4]

Вопросы для самоконтроля

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?

Задание для самостоятельной работы

Разработать чек-лист оценки прототипа как модели для дизайна продукта или услуги.

Практическое занятие 5. Апробация дизайн-решений и рационализация сценария услуги (6 часов).

План:

Часть 1. Вопросы для коллективного обсуждения

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

Часть 2. Интерактивное занятие – деловая игра «Апробация прототипа и модернизация продукта (услуги)»

а) на основе разработанного прототипа и чек-листа его оценки проводится презентация разработанного продукта (услуги). Обсуждение в группе.

б) разработка сценария для клиента, обеспечивающего комфортное потребление услуги, позитивное восприятие контакта с производителем услуги.

Вопросы для самоконтроля

1. Какие требования следует соблюдать при разработке инструкции к продукту?
2. Чем отличается рекламный буклет от спецификации услуги?
3. Какие методы оценки прототипа наиболее эффективны?

Литература: [1; 2].