

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)**

Социологический факультет

Кафедра теории и истории социологии

ТЕХНОЛОГИИ КАРТИРОВАНИЯ КЛИЕНТСКОГО ПУТИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название и код направления подготовки

39.04.01 Социология

Направленность (профиль)

Цифровая социология и социальная аналитика

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очная, очно-заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва

2025

ТЕХНОЛОГИИ КАРТИРОВАНИЯ КЛИЕНТСКОГО ПУТИ

Рабочая программа

Составители

М.В. Саушева, начальник лаборатории пользовательского тестирования Аналитического центра при Правительстве РФ

Ответственный редактор

д.соц.н., профессор, зав. кафедрой теории и истории социологии М.Б. Буланова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол Ученого совета Социологического
факультета № 8 от 22.10.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины.....	5
4. Образовательные технологии.....	7
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	8
5.1 Система оценивания.....	8
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине.....	8
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	9
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	11
6.1 Список источников и литературы.....	11
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	12
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	12
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	13
9. Методические материалы	14
9.1 Планы семинарских занятий.....	14
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	18
9.3 Иные материалы.....	18
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины.....	19

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – подготовить выпускника, обладающего навыками использования методов социологии для решения разнообразных содержательных задач при исследовании клиентского пути, возникающих в ходе профессиональной деятельности, способного осуществлять поиск и отбор релевантной информации по тематике исследования, оценивать её качество, производить грамотную интерпретацию.

Задачи дисциплины:

- изучить различные подходы к исследованию клиентского пути применительно к современной России;
- рассмотреть социологические методы для исследования и визуализации клиентского пути в контексте методологии и практики социологических исследований, раскрыть их сущность, виды, возможности и ограничения;
- сформировать навыки самостоятельного проведения исследования и визуализации клиентского пути, включая способность находить и выбирать подходящие данные, кодировать, обрабатывать и оценивать их надежность и достоверность, грамотно интерпретировать.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-1. Способен к разработке предложений по совершенствованию методов проведения социологических исследований	ПК-1.1. Предлагает модели и методы описания и объяснения социальных явлений и процессов	Знать: модели и методы описания и объяснения социальных явлений и процессов в сфере исследования клиентского пути Уметь: строить социологические модели описания социальной реальности Владеть: технологиями картирования клиентского пути
	ПК-1.2. Разрабатывает предложения по совершенствованию технологических процессов, методов сбора и анализа информации в социологическом и маркетинговом исследовании	Знать: принципы интерпретации эмпирических данных Уметь: представлять и описывать социологические данные Владеть: методами обработки, анализа, интерпретации и визуализации данных

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии картирования клиентского пути» относится к факультативной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Методология и методы социологических исследований», «Прогнозирование, моделирование и проектирование социальных процессов», «Методы исследования пользовательского опыта», «Визуализация данных в социологии».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Методы исследования в цифровой социологии», «Научно-исследовательская практика».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 академических часа.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	32
4	Семинары	40
Всего:		72

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 72 академических часа.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 академических часа, в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 72 часа, самостоятельная работа обучающихся 72 часа.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	12
4	Семинары	16
Всего:		28

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 116 академических часа.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	<i>Клиенториентированный подход</i>	<i>Тема 1. Трансформация организации для ориентации на клиентский опыт</i> "Трансформация организации для ориентации на клиентский опыт"

		Показателей клиентского опыта в систему управления бизнесом"
2	<i>Психографический профиль и путь потребителя</i>	<p>Тема 2. Эволюционные и биологические предпосылки клиентского поведения. Прикладная когнитивистика и бихевиористика в психографическом анализе</p> <p>"Биологические, эволюционные, физиологические, популяционные предпосылки психографического анализа.</p> <p>Типы и надежность данных для проведения психографического анализа. Сегментационная модель профайлинга</p> <p>Модель Психея: примеры коммуникации по сегментам. Примеры кейсов по модели (б2б, б2с)"</p> <p>Тема 3. Дизайн-мышление</p> <p>"Основы дизайн-мышления</p> <p>Методы и инструменты генерации идей: мозговой штурм и другие техники</p> <p>Дизайн-сессия по определению проблемы и разработка решений"</p> <p>Тема 4. Погружение в опыт клиента</p> <p>"Эмпатия. Построение карты эмпатии. Портрет клиента. Разбор кейсов</p> <p>Погружение в опыт пользователей</p> <p>Этнографическое исследование"</p> <p>Тема 5. Практика быстрого прототипирования и тестирования: использование прототипов в дизайне</p> <p>"Роль прототипа в движении к запуску проекта</p> <p>Тестирование прототипов при разработке программного продукта "</p>
3	<i>Изучение пользовательского опыта, основы картирования</i>	<p>Тема 6. Картирование</p> <p>"Предпосылки и задачи картирования</p> <p>Примеры картирования и его применение при проектировании пользовательского опыта</p> <p>Определение целей и объема"</p> <p>Тема 7. Подготовка к построению СJM</p> <p>"Основы построения карты пути клиента</p> <p>Подготовка к построению</p> <p>Инструменты для построения СJM</p> <p>Мокасины</p> <p>Этнография</p> <p>Гайд и проведение глубинных интервью</p> <p>Jobs to be done"</p> <p>Тема 8. Построение СJM и работа с картой</p> <p>"Обработка данных, полученных при глубинных интервью</p> <p>Ошибка среднего числа</p> <p>Процесс построения СJM</p>

	<p>Разные визуализации CJM</p> <p>Определение потребностей, проблем, возможностей"</p> <p>Тема 9. Кейсы CJM</p> <p>"Кейсы CJM: опыт гражданина при взаимодействии с государственной услугой</p> <p>Кейс CJM: опыт покупателя бытовой техники</p> <p>Кейс CJM: опыт открытия бизнеса"</p> <p>Тема 10. Сервисное проектирование</p> <p>"How Might We // Как мы можем помочь</p> <p>Service Blueprint, деление барьеров на тактические и стратегические, оптимизация критических барьеров // Карта сервиса</p> <p>Карта омниканального опыта"</p> <p>Тема 11. Дизайн-фреймворк</p> <p>"Проектирование интерфейсов взаимодействия</p> <p>Описание бизнес-процессов сервиса и подсчет ресурсов</p> <p>Практики управляемого эксперимента: быстрое прототипирование и дизайн-провокации"</p> <p>Тема 12. Сервис и дизайн менеджмент</p> <p>"Построение сервисного отдела внутри организации</p> <p>Анализ бизнес-процессов отдела</p> <p>Создание стратегии развития сервисного подразделения с нуля и при взаимодействии с отделами «старого формата»"</p>
--	---

4. Образовательные технологии

Информационные и образовательные технологии дисциплины «Технологии картирования клиентского пути» направлены на реализацию компетентностного подхода и основываются на принципе профессиональной направленности обучения. Аудиторные занятия проходят в лекционной форме (с использованием ПК и слайд-проектора), в виде семинарских занятий и практической работы студентов. Используются различные *образовательные технологии: проблемная лекция, лекция-визуализция, лекция с разбором конкретных ситуаций*. Тематика лекционных занятий прямо отражает содержательную структуру дисциплины, а тематика семинарских занятий, в свою очередь, определяется целью непосредственного формирования компетенций и связана с выполнением задачи практического применения знаний (по каждой теме), полученных в ходе лекционных занятий. Подготовка к семинарским занятиям предполагает самостоятельную работу студентов по выполнению домашних заданий. Консультирование и проверка домашних заданий осуществляется посредством электронной почты. Трудности, методические ошибки и успехи студентов в ходе работы над заданиями являются предметом обсуждения на семинарских занятиях. Результаты работы представляются в письменном виде.

При реализации рабочей программы дисциплины используются следующие информационные и образовательные технологии:

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Клиенториентированный подход	Лекция 1.	Вводная лекция-визуализация; лекция-дискуссия
2.	Психографический профиль и путь	Лекция 2. Лекция 3.	Лекция-визуализация, лекция-дискуссия; развернутая беседа с обсуждением

	потребителя	<i>Семинар 1.</i>	докладов и выполнением аналитических заданий
		<i>Лекция 4. Лекция 5. Семинар 2 Семинар 3.</i>	Лекция-визуализация, лекция-дискуссия; развернутая беседа с обсуждением докладов и выполнением аналитических заданий
		<i>Лекция 6. Семинар 4. Семинар 5.</i>	Лекция-визуализация, лекция-дискуссия; развернутая беседа с обсуждением докладов и выполнением аналитических заданий
		<i>Лекция 7. Семинар 6. Семинар 7.</i>	Лекция-визуализация, лекция-дискуссия; развернутая беседа с обсуждением докладов и выполнением аналитических заданий
3.	Изучение пользовательского опыта, основы картирования	<i>Лекция 8. Семинар 8.</i>	Лекция-визуализация, лекция-дискуссия; развернутая беседа с обсуждением докладов и выполнением аналитических заданий
		<i>Лекция 9. Лекция 10. Семинар 9. Семинар 10.</i>	Лекция-визуализация, лекция-дискуссия; развернутая беседа с обсуждением докладов и выполнением аналитических заданий
		<i>Лекция 11. Лекция 12. Семинар 11. Семинар 12.</i>	Лекция-визуализация, лекция-дискуссия; развернутая беседа с обсуждением докладов и выполнением аналитических заданий
		<i>Лекция 13. Семинар 13. Семинар 14.</i>	Лекция-визуализация, лекция-дискуссия; развернутая беседа с обсуждением докладов и выполнением аналитических заданий
		<i>Лекция 14. Семинар 15. Семинар 16.</i>	Лекция-визуализация, лекция-дискуссия; развернутая беседа с обсуждением докладов и выполнением аналитических заданий
		<i>Лекция 15. Семинар 17. Семинар 18.</i>	Лекция-визуализация, лекция-дискуссия; развернутая беседа с обсуждением докладов и выполнением аналитических заданий
		<i>Лекция 16. Семинар 19. Семинар 20.</i>	Лекция-визуализация, лекция-дискуссия; развернутая беседа с обсуждением докладов и выполнением аналитических заданий. Выполнение тестового задания.

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;

– консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- <i>устный опрос</i>	2 балла	18 баллов
- <i>домашнее задание</i>	8 баллов	32 баллов
- <i>самостоятельная работа</i>		10 баллов
<i>Результаты текущего контроля</i>		60 баллов
Результаты промежуточной аттестации – <i>зачет</i>		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Обучающийся должен набрать не менее 50 баллов в результате суммирования баллов, полученных при текущем контроле и промежуточной аттестации. Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».
82-68/ С	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетвори тельно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлетво рительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения:

Перечень компетенций, контролируемых в процессе обучения

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
1	1-2	ПК 1.1 ПК 1.2	Устный экспресс-опрос по окончании лекционного занятия, письменные домашние задания, доклады по теме семинарского занятия, участие в дискуссии
2	2-3	ПК 1.1 ПК 1.2	Устный экспресс-опрос по окончании лекционного занятия, письменные домашние задания, доклады по теме семинарского занятия, участие в дискуссии

Компетенции формируются частично.

При оценивании результатов *экспресс-опроса*, проводимого по окончании лекционного занятия, учитываются:

- ~ изложение материала (грамотность речи, точность использования терминологии, логическая последовательность изложения материала (0-1 балла);
- ~ знание теории изученных вопросов, сформированность и устойчивость используемых при ответе умений и навыков (0-1 балл).

При оценивании *письменной работы* учитывается:

- ~ полнота выполненной работы (задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности) – 0-1 балла;
- ~ обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 1-2 баллов;
- ~ работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность -2-3 баллов.

Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)

При проведении промежуточной аттестации студент должен ответить на 20 вопросов *тестового задания*. Правильность выбранного ответа оценивается по шкале (0-1 балла). В сумме студент должен набрать 40 баллов.

При оценивании *Учебного проекта* учитывается:

- ~ полнота выполненной работы (задание выполнено не полностью и/или допущены две и более ошибки или три и более неточности) – 1-7 балла;
- ~ обоснованность содержания и выводов работы (задание выполнено полностью, но обоснование содержания и выводов недостаточны, но рассуждения верны) – 8-13 баллов;

- ~ работа выполнена полностью, в рассуждениях и обосновании нет пробелов или ошибок, возможна одна неточность -14-20 баллов

Текущие контрольные мероприятия включают *устный опрос* по основным вопросам семинарского занятия, *домашние задания* (вопросы для обсуждения, описание домашних заданий представлены в Плане семинарских занятий), *самостоятельную работу*.

Пример задания для самостоятельной работы:

Требуется изобразить карту собственного клиентского пути как потребителя какого-либо товара, сервиса или услуги. Для этого необходимо вести дневник самонаблюдения во время приобретения товара/услуги/сервиса, начиная от момента формирования потребности до окончания взаимодействия. После этого необходимо схематично изобразить основные шаги, точки выбора, факторы, влияющие на решение.

Примерное содержание вопросов к зачету:

Формируемые компетенции и индикаторы их достижения: ПК-1 (ПК-1.1, ПК-1.2).

- ~ Трансформация организации для ориентации на клиентский опыт;
- ~ Показатели клиентского опыта в систему управления бизнесом;
- ~ Психографический анализ: предпосылки, типы, надежность данных;
- ~ Сегментационная модель профайлинга. Модель Психея;
- ~ Основы дизайн-мышления. Методы и инструменты генерации идей;
- ~ Построение карты эмпатии. Портрет клиента;
- ~ Картирование: определение, примеры, цели;
- ~ Построение CJM: основ, подготовка, инструменты;
- ~ Методы работы с барьерами: тактика, стратегия, оптимизация;
- ~ Практики управляемого эксперимента: быстрое прототипирование и дизайн-провокации.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Основная литература

1. Applied cyberpsychology : practical applications of cyberpsychological theory and research / Alison Attrill, Chris Fullwood, [editors]. Description: Houndmills, Basingstoke, Hampshire; New York, NY: Palgrave Macmillan, 2016.
2. Сара Томс, Питер Фейдер. Клиентоцентричность. Отношения с потребителями в цифровую эпоху/ Перевод: Павел В. Миронов. Изд: Альпина Диджитал. 2018
3. Круг С. Не заставляйте меня думать. М.: Издательство «Э», 2017. 256 с.
4. Купер А. Психбольница в руках пациентов. СПб.: Питер, 2018. 384 с.
5. Леви Дж. UX-стратегия. Чего хотят пользователи и как им это дать. СПб.: Питер, 2017. 304 с.
6. Унгер Р., Чендлер К. UX-дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия. СПб.: Символ-Плюс, 2011. 336 с.
7. Уэйншенк С. 100 новых главных принципов дизайна. Как удержать внимание. СПб.: Питер, 2016. 288 с.

Дополнительная литература

1. Лебедев А. А. Ководство. М.: Студия Артемия Лебедева, 2021. 560 с.

2. Уолтер А. Эмоциональный веб-дизайн. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 144 с.
3. Бирман И. Б. Пользовательский интерфейс. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2017. 363 с.
4. Горбунов А. С. Типографика и верстка. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2015. 175 с.
5. Filipiuk M. UI Design Principles. 2021. 319 с.
6. Чернышев Д. А. Как люди думают. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 304 с.
7. Джеффри М. Маркетинг, основанный на данных. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 384 с.
8. Фитцпатрик Р. Спроси маму: Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все кругом врут? М.: Альпина Паблишер, 2022. 155 с.
9. Бусыгина Н. П. Качественные и количественные методы исследований в психологии: Учебник для вузов. М.: Юрайт, 2023. 423 с.
10. Квале С. Исследовательское интервью. М.: Смысл, 2003. 301 с.
11. Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 256 с.
12. Егерев К. Этой кнопке нужен текст. О UX-писательстве коротко и понятно. М.: Альпина Паблишер, 2021. 187 с.
13. Калбах Дж. Путь клиента. Создаем ценность продуктов и услуг через карты путей, блупринты и другие инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 448 с.
14. Круг С. Как сделать сайт удобным. Юзабилити по методу Стива Круга. СПб.: Питер, 2010. 208 с.
15. Нильсен Я. Веб-дизайн: Книга Якоба Нильсена. СПб.: Символ-Плюс, 2003. 512 с.
16. Браэм Г. Психология цвета. М.: АСТ: Астрель, 2011. 158 с.
17. Анцифорова Л.В. Физика цвета и психология восприятия. Новосибирск: НГТУ, 2018. 78 с.
18. Эяль Н., Хувер Р. На крючке. Как создавать продукты, формирующие привычки. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 272 с.
19. Норман Д. А. Дизайн привычных вещей. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 384 с.
20. Браун П. Эстетический интеллект. Как его развивать и использовать в бизнесе и жизни. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 320 с.
21. Друкер П. Менеджмент. Вызовы 21 века. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 256 с.
22. Адизес И.К. Идеальный руководитель: Почему нельзя им стать и что из этого следует. М.: Альпина Паблишер, 2017. 264 с.
23. Кови С. Семь навыков высокоэффективных людей. Мощные инструменты развития личности. М.: Альпина Паблишер, 2019. 400 с.
24. Гладуэлл М. Что видела собака: Про первопроходцев, гениев второго плана, поздние таланты и другие истории. М.: Альпина Паблишер, 2022. 444 с.
25. Дафт Р. Менеджмент. СПб.: Питер, 2015. 656 с.
26. Тарасов В. К. Искусство управленческой борьбы. М.: Хорошая книга, 2019. 432 с.
27. Нивен П., Ламорт Б. Цели и ключевые результаты. Полное руководство по внедрению OKR. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. 256 с.
28. Сагач А. О. Думай, решай, управляй! Как стать эффективным лидером и оставаться им в кризис. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 192 с.
29. Литвиненко А. В. Figma – основы работы. Автор никак не связан с компанией Figma. Екатеринбург: Издательские решения, 2021. 314 с.
30. Каган М. Вдохновленные: Все, что нужно знать продакт-менеджеру. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. 352 с.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины «Технологии картирования клиентского пути» используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые доской, компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских занятий

Каждое семинарское занятие дисциплины «Технологии картирования клиентского пути» включает *устный опрос* студентов по ключевым вопросам соответствующего лекционного занятия, *обсуждение результатов домашних заданий*, консультации по теоретическим и семинарским вопросам, возникшим в ходе их выполнения.

Тема 1. (2 ч.) Эволюционные и биологические предпосылки клиентского поведения.

Прикладная когнитивистика и бихевиористика в психографическом анализе

Семинарское занятие 1.

Форма проведения – устный опрос, обсуждение результатов домашнего задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое психографический анализ?
2. Что такое профайлинг?
3. Разбор кейсов коммуникации по сегментам.

Список источников и литературы:

Основная литература

1. Applied cyberpsychology : practical applications of cyberpsychological theory and research / Alison Attrill, Chris Fullwood, [editors]. Description: Houndmills, Basingstoke, Hampshire; New York, NY: Palgrave Macmillan, 2016.
2. Сара Томс, Питер Фейдер. Клиентоцентричность. Отношения с потребителями в цифровую эпоху/ Перевод: Павел В. Миронов. Изд: Альпина Диджитал. 2018

Дополнительная литература

1. Уолтер А. Эмоциональный веб-дизайн. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 144 с.
2. Бирман И. Б. Пользовательский интерфейс. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2017. 363 с.
3. Чернышев Д. А. Как люди думают. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 304 с.
4. Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 256 с.
5. Анцифорова Л.В. Физика цвета и психология восприятия. Новосибирск: НГТУ, 2018. 78 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
2. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
3. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
4. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
5. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 2. (4 ч.) Дизайн-мышление

Семинарское занятие 2-3.

Форма проведения – устный опрос, обсуждение результатов домашнего задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое дизайн-мышление?

2. Какие существуют методы и инструменты генерации идей?
3. Как проводятся дизайн-сессии по определению проблем и разработке решений?

Список источников и литературы:

Основная литература:

1. Унгер Р., Чендлер К. UX-дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия. СПб.: Символ-Плюс, 2011. 336 с.
2. Уэйншенк С. 100 новых главных принципов дизайна. Как удержать внимание. СПб.: Питер, 2016. 288 с.

Дополнительная литература

1. Уолтер А. Эмоциональный веб-дизайн. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 144 с.
2. Бирман И. Б. Пользовательский интерфейс. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2017. 363 с.
3. Чернышев Д. А. Как люди думают. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 304 с.
4. Круг С. Как сделать сайт удобным. Юзабилити по методу Стива Круга. СПб.: Питер, 2010. 208 с.
5. Нильсен Я. Веб-дизайн: Книга Якоба Нильсена. СПб.: Символ-Плюс, 2003. 512 с.
6. Норман Д. А. Дизайн привычных вещей. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 384 с.
7. Браун П. Эстетический интеллект. Как его развивать и использовать в бизнесе и жизни. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 320 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
2. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
3. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
4. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
5. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 3. (4 ч.) Погружение в опыт клиента

Семинарское занятие 4-5.

Форма проведения – устный опрос, обсуждение результатов домашнего задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое карта эмпатии?
2. Как строить портрет клиента?
3. Как проводятся этнографические исследования?

Список источников и литературы:

Основная литература:

1. Сара Томс, Питер Фейдер. Клиентоцентричность. Отношения с потребителями в цифровую эпоху/ Перевод: Павел В. Миронов. Изд: Альпина Диджитал. 2018
2. Круг С. Не заставляйте меня думать. М.: Издательство «Э», 2017. 256 с.
3. Купер А. Психбольница в руках пациентов. СПб.: Питер, 2018. 384 с.
4. Леви Дж. UX-стратегия. Чего хотят пользователи и как им это дать. СПб.: Питер, 2017. 304 с.

Дополнительная литература

1. Бирман И. Б. Пользовательский интерфейс. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2017. 363 с.
2. Чернышев Д. А. Как люди думают. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 304 с.
3. Джефффри М. Маркетинг, основанный на данных. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 384 с.
4. Калбах Дж. Путь клиента. Создаем ценность продуктов и услуг через карты путей, блупринты и другие инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 448 с.

5. Круг С. Как сделать сайт удобным. Юзабилити по методу Стива Круга. СПб.: Питер, 2010. 208 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
2. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
3. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
4. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
5. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 4. (4 ч.) Практика быстрого прототипирования и тестирования: использование прототипов в дизайне

Семинарское занятие 6-7.

Форма проведения – устный опрос, обсуждение результатов домашнего задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Как и для чего разрабатываются прототипы
2. В чем заключается роль прототипа для запуска проекта?
3. Как тестируются прототипы при разработке программного продукта?

Список источников и литературы:

Основная литература:

1. Сара Томс, Питер Фейдер. Клиентоцентричность. Отношения с потребителями в цифровую эпоху/ Перевод: Павел В. Миронов. Изд: Альпина Диджитал. 2018
2. Леви Дж. UX-стратегия. Чего хотят пользователи и как им это дать. СПб.: Питер, 2017. 304 с.

Дополнительная литература

1. Лебедев А. А. Ководство. М.: Студия Артемия Лебедева, 2021. 560 с.
2. Уолтер А. Эмоциональный веб-дизайн. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 144 с.
3. Бирман И. Б. Пользовательский интерфейс. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2017. 363 с.
4. Егерев К. Этой кнопке нужен текст. О UX-писательстве коротко и понятно. М.: Альпина Паблишер, 2021. 187 с.
5. Круг С. Как сделать сайт удобным. Юзабилити по методу Стива Круга. СПб.: Питер, 2010. 208 с.
6. Гладуэлл М. Что видела собака: Про первопроходцев, гениев второго плана, поздние таланты и другие истории. М.: Альпина Паблишер, 2022. 444 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
2. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
3. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
4. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
5. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 5. (2 ч.) Картирование

Семинарское занятие 8.

Форма проведения – устный опрос, обсуждение результатов домашнего задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое картирование?

2. Как определить цели картирования?
3. В каких случаях применяется картирование?

Список источников и литературы:

Основная литература:

1. Сара Томс, Питер Фейдер. Клиентоцентричность. Отношения с потребителями в цифровую эпоху/ Перевод: Павел В. Миронов. Изд: Альпина Диджитал. 2018
2. Круг С. Не заставляйте меня думать. М.: Издательство «Э», 2017. 256 с.
3. Леви Дж. UX-стратегия. Чего хотят пользователи и как им это дать. СПб.: Питер, 2017. 304 с.
4. Унгер Р., Чендлер К. UX-дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия. СПб.: Символ-Плюс, 2011. 336 с.

Дополнительная литература

1. Бирман И. Б. Пользовательский интерфейс. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2017. 363 с.
2. Чернышев Д. А. Как люди думают. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 304 с.
3. Джеффри М. Маркетинг, основанный на данных. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 384 с.
4. Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 256 с.
5. Калбах Дж. Путь клиента. Создаем ценность продуктов и услуг через карты путей, блупринты и другие инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 448 с.
6. Круг С. Как сделать сайт удобным. Юзабилити по методу Стива Круга. СПб.: Питер, 2010. 208 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

6. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
7. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
8. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
9. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
10. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 6. (4 ч.) Подготовка к построению CJM

Семинарское занятие 9-10.

Форма проведения – устный опрос, обсуждение результатов домашнего задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Как строится карта пути клиента?
2. Какие методы используются для картирования?

Список источников и литературы:

Основная литература:

1. Сара Томс, Питер Фейдер. Клиентоцентричность. Отношения с потребителями в цифровую эпоху/ Перевод: Павел В. Миронов. Изд: Альпина Диджитал. 2018
2. Круг С. Не заставляйте меня думать. М.: Издательство «Э», 2017. 256 с.
3. Леви Дж. UX-стратегия. Чего хотят пользователи и как им это дать. СПб.: Питер, 2017. 304 с.
4. Унгер Р., Чендлер К. UX-дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия. СПб.: Символ-Плюс, 2011. 336 с.

Дополнительная литература

1. Бирман И. Б. Пользовательский интерфейс. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2017. 363 с.
2. Чернышев Д. А. Как люди думают. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 304 с.

3. Джеффри М. Маркетинг, основанный на данных. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 384 с.
4. Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 256 с.
5. Калбах Дж. Путь клиента. Создаем ценность продуктов и услуг через карты путей, блупринты и другие инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 448 с.
6. Круг С. Как сделать сайт удобным. Юзабилити по методу Стива Круга. СПб.: Питер, 2010. 208 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
2. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
3. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
4. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
5. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 7. (4 ч.) Построение CJM и работа с картой

Семинарское занятие 11-12.

Форма проведения – устный опрос, обсуждение результатов домашнего задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие данные необходимы для построения карт?
2. Какие методы анализа данных используются в картировании?
3. Как можно визуализировать карты клиентского опыта?

Список источников и литературы:

Основная литература:

1. Сара Томс, Питер Фейдер. Клиентоцентричность. Отношения с потребителями в цифровую эпоху/ Перевод: Павел В. Миронов. Изд: Альпина Диджитал. 2018
2. Круг С. Не заставляйте меня думать. М.: Издательство «Э», 2017. 256 с.
3. Леви Дж. UX-стратегия. Чего хотят пользователи и как им это дать. СПб.: Питер, 2017. 304 с.
4. Унгер Р., Чендлер К. UX-дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия. СПб.: Символ-Плюс, 2011. 336 с.

Дополнительная литература

1. Бирман И. Б. Пользовательский интерфейс. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2017. 363 с.
2. Чернышев Д. А. Как люди думают. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 304 с.
3. Джеффри М. Маркетинг, основанный на данных. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 384 с.
4. Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 256 с.
5. Калбах Дж. Путь клиента. Создаем ценность продуктов и услуг через карты путей, блупринты и другие инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 448 с.
6. Круг С. Как сделать сайт удобным. Юзабилити по методу Стива Круга. СПб.: Питер, 2010. 208 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
2. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
3. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
4. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
5. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 8. (4 ч.) Кейсы CJM

Семинарское занятие 13-14.

Форма проведения – устный опрос, обсуждение результатов домашнего задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Различные кейсы картирования клиентского пути: обсуждение, определение цели, оценка результата.

Список источников и литературы:

Основная литература:

1. Сара Томс, Питер Фейдер. Клиентоцентричность. Отношения с потребителями в цифровую эпоху/ Перевод: Павел В. Миронов. Изд: Альпина Диджитал. 2018
2. Круг С. Не заставляйте меня думать. М.: Издательство «Э», 2017. 256 с.
3. Леви Дж. UX-стратегия. Чего хотят пользователи и как им это дать. СПб.: Питер, 2017. 304 с.
4. Унгер Р., Чендлер К. UX-дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия. СПб.: Символ-Плюс, 2011. 336 с.

Дополнительная литература

1. Бирман И. Б. Пользовательский интерфейс. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2017. 363 с.
2. Чернышев Д. А. Как люди думают. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 304 с.
3. Джеффри М. Маркетинг, основанный на данных. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 384 с.
4. Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 256 с.
5. Калбах Дж. Путь клиента. Создаем ценность продуктов и услуг через карты путей, блупринты и другие инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 448 с.
6. Круг С. Как сделать сайт удобным. Юзабилити по методу Стива Круга. СПб.: Питер, 2010. 208 с.
7. Гладуэлл М. Что видела собака: Про первопроходцев, гениев второго плана, поздние таланты и другие истории. М.: Альпина Паблишер, 2022. 444 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
2. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
3. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
4. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
5. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 9. (4 ч.) Сервисное проектирование

Семинарское занятие 15-16.

Форма проведения – устный опрос, обсуждение результатов домашнего задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Как работать с барьерами?
2. Что такое «Карта омниканального опыта»?
3. Что такое тактические и стратегические барьеры?

Список источников и литературы:

Основная литература:

1. Сара Томс, Питер Фейдер. Клиентоцентричность. Отношения с потребителями в цифровую эпоху/ Перевод: Павел В. Миронов. Изд: Альпина Диджитал. 2018
2. Круг С. Не заставляйте меня думать. М.: Издательство «Э», 2017. 256 с.
3. Леви Дж. UX-стратегия. Чего хотят пользователи и как им это дать. СПб.: Питер, 2017. 304 с.

Дополнительная литература

1. Лебедев А. А. Ководство. М.: Студия Артемия Лебедева, 2021. 560 с.
2. Бирман И. Б. Пользовательский интерфейс. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2017. 363 с.
3. Горбунов А. С. Типографика и верстка. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2015. 175 с.
4. Фитцпатрик Р. Спроси маму: Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все кругом врут? М.: Альпина Паблишер, 2022. 155 с.
5. Калбах Дж. Путь клиента. Создаем ценность продуктов и услуг через карты путей, блупринты и другие инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 448 с.
6. Эяль Н., Хувер Р. На крючке. Как создавать продукты, формирующие привычки. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 272 с.
7. Гладуэлл М. Что видела собака: Про первопроходцев, гениев второго плана, поздние таланты и другие истории. М.: Альпина Паблишер, 2022. 444 с.
8. Нивен П., Ламорт Б. Цели и ключевые результаты. Полное руководство по внедрению OKR. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. 256 с.
9. Каган М. Вдохновленные: Все, что нужно знать проакт-менеджеру. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. 352 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
2. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
3. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
4. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
5. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

**Тема 10. (4 ч.) Дизайн-фреймворк
Семинарское занятие 17-18.**

Форма проведения – устный опрос, обсуждение результатов домашнего задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Как спроектировать интерфейс взаимодействия?
2. Как описываются бизнес-процессы сервиса?
3. Какие существуют практики управляемого эксперимента?

Список источников и литературы:

Основная литература:

1. Круг С. Не заставляйте меня думать. М.: Издательство «Э», 2017. 256 с.
2. Леви Дж. UX-стратегия. Чего хотят пользователи и как им это дать. СПб.: Питер, 2017. 304 с.
3. Унгер Р., Чендлер К. UX-дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия. СПб.: Символ-Плюс, 2011. 336 с.
4. Уэйншенк С. 100 новых главных принципов дизайна. Как удержать внимание. СПб.: Питер, 2016. 288 с.

Дополнительная литература

1. Лебедев А. А. Ководство. М.: Студия Артемия Лебедева, 2021. 560 с.
2. Уолтер А. Эмоциональный веб-дизайн. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 144 с.

3. Бирман И. Б. Пользовательский интерфейс. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2017. 363 с.
4. Горбунов А. С. Типографика и верстка. М.: Дизайн-бюро Артема Горбунова, 2015. 175 с.
5. Filipiuk M. UI Design Principles. 2021. 319 с.
6. Калбах Дж. Путь клиента. Создаем ценность продуктов и услуг через карты путей, блупринты и другие инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 448 с.
7. Эяль Н., Хувер Р. На крючке. Как создавать продукты, формирующие привычки. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 272 с.
8. Норман Д. А. Дизайн привычных вещей. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 384 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>
2. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
3. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
4. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
5. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

Тема 11. (4 ч.) Сервис и дизайн менеджмент

Семинарское занятие 19-20.

Форма проведения – устный опрос, обсуждение результатов домашнего задания.

Вопросы для обсуждения:

1. Как строится сервисный отдел внутри организации?
2. Какие существуют стратегии развития сервисного подразделения?
3. Как проводить анализ бизнес-процессов?

Список источников и литературы:

Основная литература:

1. Сара Томс, Питер Фейдер. Клиентоцентричность. Отношения с потребителями в цифровую эпоху/ Перевод: Павел В. Миронов. Изд: Альпина Диджитал. 2018
2. Леви Дж. UX-стратегия. Чего хотят пользователи и как им это дать. СПб.: Питер, 2017. 304 с.
3. Унгер Р., Чендлер К. UX-дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия. СПб.: Символ-Плюс, 2011. 336 с.
4. Уэйншенк С. 100 новых главных принципов дизайна. Как удержать внимание. СПб.: Питер, 2016. 288 с.

Дополнительная литература

1. Фитцпатрик Р. Спроси маму: Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все кругом врут? М.: Альпина Паблишер, 2022. 155 с.
2. Калбах Дж. Путь клиента. Создаем ценность продуктов и услуг через карты путей, блупринты и другие инструменты. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2022. 448 с.
3. Анцифорова Л.В. Физика цвета и психология восприятия. Новосибирск: НГТУ, 2018. 78 с.
4. Друкер П. Менеджмент. Вызовы 21 века. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. 256 с.
5. Дафт Р. Менеджмент. СПб.: Питер, 2015. 656 с.
6. Тарасов В. К. Искусство управленческой борьбы. М.: Хорошая книга, 2019. 432 с.
7. Нивен П., Ламорт Б. Цели и ключевые результаты. Полное руководство по внедрению OKR. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. 256 с.
8. Каган М. Вдохновенные: Все, что нужно знать продакт-менеджеру. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. 352 с.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ФОМ // Режим доступа: <http://fom.ru/>

2. ВЦИОМ // Режим доступа: <http://www.wciom.ru/>
3. Левада-центр // Режим доступа: <http://www.levada.ru/>
4. ЦИРКОН // Режим доступа: <http://www.zircon.ru/>
5. Социологос // Режим доступа: <http://www.sociologos.ru/>

Материально-техническое обеспечение занятия: академическая аудитория, оборудованная доской, компьютером и проектором.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Требования к оформлению домашних заданий:

Объем работы должен составлять 4 -6 тыс. знаков с пробелами. Специальные требования к оформлению не предъявляются: материалы могут быть представлены в свободной форме, позволяющей наиболее полно раскрыть тему задания. Работа должна быть оригинальной и содержать собственные размышления студента.

Требования к оформлению самостоятельной работы:

Объем работы должен составлять 6-10 тыс. знаков с пробелами. Специальные требования к оформлению не предъявляются: материалы могут быть представлены в свободной форме, позволяющей наиболее полно раскрыть тему задания. Работа должна быть оригинальной и содержать собственные размышления студента.

9.3 Иные материалы

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Технологии картирования клиентского пути» реализуется на социологическом факультете кафедрой ___теории и истории социологии_____ и входит в цикл дисциплин подготовки магистров по направлению и профилю 39.04.01 Социология. Цифровая социология и социальная аналитика.

Цель дисциплины – подготовить выпускника, обладающего навыками использования методов цифровой социологии для решения разнообразных содержательных задач при исследовании клиентского пути, возникающих в ходе профессиональной деятельности, способного осуществлять поиск и отбор релевантной информации по тематике исследования, оценивать её качество, производить грамотную интерпретацию.

Задачи дисциплины:

изучить различные подходы к исследованию клиентского пути применительно к современной России и специфику её социологического изучения; рассмотреть социологические методы для исследования и визуализации клиентского пути в контексте методологии и практики социологических исследований, раскрыть их сущность, виды, возможности и ограничения; сформировать навыки самостоятельного проведения исследования и визуализации клиентского пути, включая способность находить и выбирать подходящие данные, кодировать, обрабатывать и оценивать их надежность и достоверность, грамотно интерпретировать.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-1.1. Предлагает модели и методы описания и объяснения социальных явлений и процессов

ПК-1.2. Разрабатывает предложения по совершенствованию технологических процессов, методов сбора и анализа информации в социологическом и маркетинговом исследовании *В результате освоения дисциплины обучающийся должен:*

Знать: модели и методы описания и объяснения социальных явлений и процессов в сфере исследования клиентского пути

Уметь: строить социологические модели описания социальной реальности

Владеть: технологиями картирования клиентского пути

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы.