

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГУГУ»)**

*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, заочная

РПД адаптирована для лиц

с ограниченными возможностями

здоровья и инвалидов

Москва

2024

## **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 № 3 от 19.03.2024

## 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:

Семест р	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	<b>32</b>
4	Семинары	<b>40</b>
Всего:		<b>72</b>

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 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:

Семест р	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	<b>10</b>
4	Семинары	<b>10</b>
Всего:		<b>20</b>

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 124 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><b>Тема 2. Эволюционные и биологические предпосылки клиентского поведения. Прикладная когнитивистика и бихевиористика в психографическом анализе</b></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 (62б, 62с)"</p> <p><b>Тема 3. Дизайн-мышление</b></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><b>Тема 4. Погружение в опыт клиента</b></p> <p>"Эмпатия. Построение карты эмпатии. Портрет клиента. Разбор кейсов</p> <p>Погружение в опыт пользователей</p> <p>Этнографическое исследование"</p> <p><b>Тема 5. Практика быстрого прототипирования и тестирования: использование прототипов в дизайне</b></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><b>Тема 6. Картирование</b></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><b>Тема 7. Подготовка к построению CJM</b></p> <p>"Основы построения карты пути клиента</p> <p>Подготовка к построению</p> <p>Инструменты для построения CJM</p> <p>Мокасины</p> <p>Этнография</p> <p>Гайд и проведение глубинных интервью</p> <p>Jobs to be done"</p> <p><b>Тема 8. Построение CJM и работа с картой</b></p> <p>"Обработка данных, полученных при глубинных интервью</p> <p>Ошибка среднего числа</p> <p>Процесс построения CJM</p>

	<p>Разные визуализации CJM</p> <p>Определение потребностей, проблем, возможностей"</p> <p><b>Тема 9. Кейсы CJM</b></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><b>Тема 10. Сервисное проектирование</b></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><b>Тема 11. Дизайн-фреймворк</b></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><b>Тема 12. Сервис и дизайн менеджмент</b></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.	<i>Клиенториентированный подход</i>	<i>Лекция 1.</i>	Вводная лекция-визуализация; лекция-дискуссия
2.	<i>Психографический профиль и путь</i>	<i>Лекция 2. Лекция 3.</i>	Лекция-визуализация, лекция-дискуссия; развернутая беседа с обсуждением

	<b>потребителя</b>	<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.	<b>Изучение пользовательского опыта, основы картирования</b>	<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
<b>Итого за семестр</b>		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	<b>ПК 1.1</b> <b>ПК 1.2</b>	Устный экспресс-опрос по окончании лекционного занятия, письменные домашние задания, доклады по теме семинарского занятия, участие в дискуссии
2	2-3	<b>ПК 1.1</b> <b>ПК 1.2</b>	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. Джефффри 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. Анцифирова 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. Джеффри 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 СДМ 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 СJM**

### **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 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.

## **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. Вдохновленные: 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 Другие 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.