

Б1.В.12

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА)

Учебная дисциплина	Управление пользовательским опытом
По направлению подготовки	09.03.03
	«Прикладная информатика»
Профиль (программа бакалавриата)	«Дизайн и разработка цифровых программных продуктов»
Форма обучения	Очная

Оценочные материалы (средства) дисциплины рассмотрены (актуализированы) и утверждены на заседании кафедры прикладной информатики и высшей математики

Протокол заседания № 10 от «25» мая 2026 г.

Заведующий кафедрой Стрекалова Наталья Борисовна

Оглавление

<u>1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ</u>	3
<u>2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ</u>	6
<u>3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ</u>	14
<u>4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНОВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ</u>	17
<u>5. ДИАГНОСТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ УРОВЕНЬ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ</u>	25
<u>6. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ</u>	35

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы (средства) сформированы в соответствии с ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.09.2017 № 922 (с изменениями и дополнениями от 26.11.2020, 08.02.2021). В соответствии с матрицей компетенций основной профессиональной образовательной программы «Дизайн и разработка цифровых программных продуктов» (уровень бакалавриата) в процессе обучения по дисциплине «Управление пользовательским опытом» происходит формирование закрепленных за дисциплиной компетенций обучающихся. Оценка сформированности компетенций на каждом этапе обучения происходит через оценку планируемых результатов обучения по дисциплине (знаний, умений, навыков).

Результаты освоения образовательной программы (компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Этапы формирования компетенции (семестры и темы)	Оценочные средства
ПК-1 - Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку цифрового программного продукта	ПК-1.1. Проводит исследование организаций, выявляет информационные потребности заказчика, используя цифровые инструменты и облачные решения для сбора и анализа данных	Знать: - основные типы бизнес-логик, понятие интерактивной аналитики, аналитическую модель CJM, количественные и качественные методы исследования пользовательского опыта, метрики клиентского опыта; Уметь: - изучать и картировать пользовательский опыт; - измерять лояльность и удовлетворенность пользователя, - осуществлять приоритезацию изменений в клиентском опыте; Владеть: - навыками аналитической работы	Тема 1. Основы управления пользовательским опытом в цифровом мире. Тема 2. Методы и инструменты дизайна и исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта. Тема 4. Принципы организации/трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода. Лабораторная работа № 1 «Виды карт (CJM, CDJM, Service Design Blueprint)» Лабораторная работа № 2 «Составление плана исследования» Лабораторная работа № 3 «Измерение лояльности и удовлетворенности» Лабораторная работа № 5 «Метод Кано для приоритезации изменений в клиентском опыте»	- устный опрос по темам 1,2,4 - проверка отчета по лабораторным работам 1-3, 5-6,10-13

			Лабораторная работа № 6 «Формирование новых инсайтов о клиентском опыте» Лабораторная работа № 10 «Сервисные коммуникации» Лабораторная работа № 11 «Создание кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом» Лабораторная работа № 12 «Миссия, видение, ценности компаний» Лабораторная работа № 13 «Выстраивание системы управления на уровне всей компании»	
	ПК 1.2. Разрабатывает техническое задание, формализует требования заказчика к разработке цифрового программного продукта	Знать: - основные понятия и принципы клиентоцентричного дизайна, отличие CX и UX, CX и сервисом, CX и маркетингом, Уметь: - представлять требования заказчика обеспечить связь с процессами, людьми, технологиями, брендом, стратегией; Владеть: - навыками описания требований к разработке	Тема 1. Основы управления пользовательским опытом в цифровом мире. Тема 4. Принципы организации/трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода. Лабораторная работа № 1 «Виды карт (CJM, CDJM, Service Design Blueprint)» Лабораторная работа № 2 «Составление плана исследования» Лабораторная работа № 3 «Измерение лояльности и удовлетворенности» Лабораторная работа № 4 «Метрики клиентского опыта: CSI, NPS, CLTV.» Лабораторная работа № 5 «Метод Кано для приоритезации изменений в клиентском опыте» Лабораторная работа № 6 «Формирование новых инсайтов о клиентском опыте» Лабораторная работа №	- устный опрос по темам 1,4 - проверка отчета по лабораторным работам 1-6, 10-13

			10 «Сервисные коммуникации» Лабораторная работа № 11 «Создание кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом» Лабораторная работа № 12 «Миссия, видение, ценности компаний» Лабораторная работа № 13 «Выстраивание системы управления на уровне всей компании»	
ПК-2 - Способен проектировать цифровой программный продукт	ПК-2.4. Проводит анализ современных программно-технических средств, специализированных цифровых платформ, облачных и отраслевых решений для разработки цифрового программного продукта	Знать: - методы и инструменты исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта Уметь: - формировать инсайты о клиентском опыте; Владеть: - навыками сбора необходимой информации о пользователях web-приложения;	Тема 3. Технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах. Лабораторная работа № 2 «Составление плана исследования» Лабораторная работа № 6 «Формирование новых инсайтов о клиентском опыте»	- устный опрос по теме 3 - проверка отчета по лабораторным работам 2,6
ПК-5 - Способен обеспечивать качество работы цифрового программного продукта	ПК 5.2. Проводит юзабилити-аудит цифрового программного продукта	Знать: - технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах; Уметь: - использовать создавать эффективные регламенты для фронт-офиса, диджитал и CRM; Владеть: - навыками создания кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом	Тема 3. Технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах. Тема 4. Принципы организации/трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода. Лабораторная работа № 4 «Метрики клиентского опыта: CSI, NPS, CLTV.» Лабораторная работа № 5 «Метод Кано для приоритизации изменений в клиентском опыте» Лабораторная работа №	- устный опрос по темам 3-4 - проверка отчета по лабораторным работам 4-13

			6 «Формирование новых инсайтов о клиентском опыте» Лабораторная работа № 7 «Инструменты для сбора необходимой информации от клиентов» Лабораторная работа № 8 «Социальные сети, сообщества и пользовательский контент» Лабораторная работа № 9 «Тенденции и инновации» Лабораторная работа № 10 «Сервисные коммуникации» Лабораторная работа № 11 «Создание кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом» Лабораторная работа № 12 «Миссия, видение, ценности компаний» Лабораторная работа № 13 «Выстраивание системы управления на уровне всей компании»	
--	--	--	---	--

2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Устные опросы

Примерный список для устного опроса по теме 1 «Основы управления пользовательским опытом в цифровом мире»:

1. Понятие пользовательского опыта.
2. Надпродуктовый взгляд на современные продукто-ориентированные компании.
3. Отличие CX и UX, CX и сервисом, CX и маркетингом.
4. Актуальность CX и UX для компаний.
5. Основные понятия и принципы клиентоцентричного дизайна.
6. Омниканальный опыт. Service Design.
7. Связь с процессами, людьми, технологиями, брендом, стратегией.

Примерный список для устного опроса по теме 2 «Методы и инструменты дизайна и исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта»:

1. Определение и сегментация клиентов.
2. Классическое и ситуационное сегментирование.
3. Персоны и JTBD. JTBD-шаблон.
4. Типичные ошибки при создании ценностных предложений.
5. Пирамиды ценностей B2B и B2C.
6. Картирование опыта.
7. Аналитическая модель CJM.
8. Виды карт (CJM, CDJM, Service Design Blueprint).
9. Измерение лояльности и удовлетворенности.
10. Метрики клиентского опыта: CSI, NPS, CLTV.
11. Средства и инструменты для сбора необходимой информации от клиентов.
12. Метод Кано для приоритизации изменений в клиентском опыте.
13. Анализ результатов исследований.
14. Формирование новых инсайтов о клиентском опыте.

Примерный список для устного опроса по теме 3 «Технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах»:

1. Автоматизация сервисного обслуживания.
2. Эволюция клиентского опыта в эпоху развития digital-технологий.
3. Системы оценки качества. Интерактивная аналитика.
4. Социальные сети, сообщества и пользовательский контент.
5. Адаптация веб-сайтов и растущая важность мобильного клиента.
6. Тенденции и инновации: чат-боты, Internet of Thing (IoT), VR, искусственный интеллект, голос.
7. Персональная помощь, обслуживание клиентов лично и по телефону, геймификация, машинное обучение и партнерские схемы.
8. Омниканальная поддержка.
9. Эффективные регламенты для фронт-офиса, диджитал и CRM.
10. Сервисные коммуникации.

Примерный список для устного опроса по теме 4: «Принципы организации/трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода»

1. Командообразование, создание кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом.
2. Культура клиентоцентричности.
3. Миссия, видение, ценности.
4. Понимание ценности клиентского опыта во всей организации и на всех ее уровнях.
5. Корпоративные стратегии: конкурентная, портфельная, продуктовая, UX-стратегия.
6. Интеграция клиентоцентричности в бизнес-процессы компании.
7. Выстраивание системы управления на уровне всей компании. Важнейшие элементы системы.

Критерии оценивания устного опроса:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он ответил развернуто на один из заданных вопросов, активно дополнял ответы других обучающихся или задавал им дополнительные вопросы;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он ответил развернуто на один из заданных вопросов или ответил кратко на ряд вопросов;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он кратко ответил на один из задаваемых вопросов или просто дополнял ответы других обучающихся, задавал им дополнительные вопросы;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он не смог ответить правильно на заданный вопрос, либо не отвечал на вопросы и не участвовал в их обсуждении.

Лабораторные работы

Лабораторная работа № 1 «Виды карт (CJM, CDJM, Service Design Blueprint)»

Задание: построить карту пользовательского опыта по предложенным методикам. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полным объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 2 «Составление плана исследования»

Задание: составить план исследования по предложенным методикам. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полным объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 3 «Измерение лояльности и удовлетворенности»

Задание: измерить лояльность и удовлетворенность пользователей по предложенным методикам и с помощью указанных инструментов. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полным объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 4 «Метрики клиентского опыта: CSI, NPS, CLTV»

Задание: зафиксировать метрики поведения пользователя по предложенным методикам и с помощью указанных инструментов. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка *«отлично»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полным объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка *«хорошо»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка *«удовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка *«неудовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 5 «Метод Кано для приоритезации изменений в клиентском опыте»

Задание: зафиксировать результаты применения метода Кано для приоритезации изменений в клиентском опыте с помощью указанных инструментов. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка *«отлично»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полным объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка *«хорошо»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка *«удовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка *«неудовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 6 «Формирование новых инсайтов о клиентском опыте»

Задание: продемонстрировать результаты формирования новых инсайтов о клиентском опыте по предложенным методикам и с помощью указанных инструментов. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка *«отлично»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полным объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка *«хорошо»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;

- оценка *«удовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка *«неудовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 7 «Инструменты для сбора необходимой информации от клиентов»

Задание: изучить и проанализировать возможности инструментов для сбора необходимой информации от клиентов. Зафиксировать результаты проведенного анализа по различным критериям и сделать выводы. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка *«отлично»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полным объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка *«хорошо»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка *«удовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка *«неудовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 8 «Социальные сети, сообщества и пользовательский контент»

Задание: изучить и проанализировать социальные сети, сообщества и пользовательский контент по заданной предметной области. Зафиксировать результаты проведенного анализа по различным критериям и сделать выводы. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка *«отлично»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полным объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка *«хорошо»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка *«удовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка *«неудовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 9 «Тенденции и инновации»

Задание: изучить и проанализировать существующие тенденции и инновации в области управления пользовательским опытом. Зафиксировать результаты проведенного анализа по различным критериям и сделать выводы. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка *«отлично»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полном объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка *«хорошо»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка *«удовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка *«неудовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 10 «Сервисные коммуникации»

Задание: изучить и проанализировать возможности инструментов для обеспечения сервисных коммуникаций пользователей. Зафиксировать результаты проведенного анализа по различным критериям и сделать выводы. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка *«отлично»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полном объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка *«хорошо»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка *«удовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка *«неудовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 11 «Создание кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом»

Задание: зафиксировать роли и распределить обязанности внутри кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом. Зафиксировать результаты проведенной работы по каждой роли в команде. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка *«отлично»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полном объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка *«хорошо»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка *«удовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка *«неудовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 12 «Миссия, видение, ценности компаний»

Задание: провести анализ миссии, видения и ценностей по выданной предметной области.

Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка *«отлично»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полном объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка *«хорошо»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;
- оценка *«удовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка *«неудовлетворительно»* выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

Лабораторная работа № 13 «Выстраивание системы управления на уровне всей компании»

Задание: продемонстрировать процесс выстраивания системы управления на уровне всей компании по заданному алгоритму. Результаты выполненной лабораторной работы оформить в виде отчета и сдать преподавателю на проверку.

Критерии оценивания:

- оценка *«отлично»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено полном объеме, отчет по лабораторной работе составлен полностью и логично выстроен, аккуратно оформлен и в соответствии с требованиями;
- оценка *«хорошо»* выставляется обучающемуся, если задание было выполнено в полном объеме, но с недочетами, отчет по лабораторной работе выполнен в соответствии с требованиями;

- оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если задание было выполнено частично, отчет по лабораторной работе выполнен с ошибками;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если лабораторная работа отсутствует или выполнена с критическими ошибками, отчет не составлен.

3. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

Список вопросов для подготовки к экзамену

Компетенция ПК-1. Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку цифрового программного продукта

Индикатор ПК-1.1. Проводит обследование организаций, выявляет информационные потребности заказчика, используя цифровые инструменты и облачные решения для сбора и анализа данных

Обучающийся знает: основные типы бизнес-логик, понятие интерактивной аналитики, аналитическую модель CJM, количественные и качественные методы исследования пользовательского опыта, метрики клиентского опыта.

1. Формирование новых инсайтов о клиентском опыте.
2. Связь с процессами, людьми, технологиями, брендом, стратегией.
3. Поведенческая экономика.
4. Концепция потребительской ценности.
5. Основные типы бизнес-логик.
6. Google Analytics и Яндекс.Метрика для сбора и анализа статистических данных о сайте.
7. Тенденции и инновации: чат-боты, Internet of Thing (IoT), VR, искусственный интеллект, голос.
8. Эффективные регламенты для фронт-офиса, диджитал и CRM.

Компетенция ПК-1. Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку цифрового программного продукта

Индикатор ПК-1.2. Разрабатывает техническое задание, формализует требования заказчика к разработке цифрового программного продукта

Обучающийся знает: основные понятия и принципы клиентоцентричного дизайна, отличие CX и UX, CX и сервисом, CX и маркетингом.

1. Средства и инструменты для сбора необходимой информации от клиентов.
2. Виды карт (CJM, CDJM, Service Design Blueprint).
3. Анализ результатов исследований.
4. Рефлексия по закупкам.

5. Виды исследований для заполнения карты.
6. Составление плана исследования.
7. Глубинные интервью.
8. Проведение, рекрутинг, кодирование.
9. Измерение лояльности и удовлетворенности.
10. Метрики клиентского опыта: CSI, NPS, CLTV.
11. Метод Кано для приоритезации изменений в клиентском опыте.
12. Анализ результатов исследований.
13. Формирование новых инсайтов о клиентском опыте.

Компетенция ПК-2 - Способен проектировать цифровой программный продукт

Индикатор ПК-2.4. Проводит анализ современных программно-технических средств, специализированных цифровых платформ, облачных и отраслевых решений для разработки цифрового программного продукта

Обучающийся знает: методы и инструменты исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта.

1. Понятие пользовательского опыта.
2. Поведенческие факторы — набор показателей, описывающих поведение пользователей на сайте или вне его.
3. Концепции рациональности и иррациональности выбора.
4. Ценностное предложение.
5. Концепция потребительской ценности.
6. Определение и сегментация клиентов.
7. Классическое и ситуационное сегментирование.
8. Персоны и JTBD. JTBD-шаблон.
9. Драйверы и барьеры.
10. Пирамиды ценностей B2B и B2C.
11. Эволюция клиентского опыта в эпоху развития digital-технологий.

Компетенция ПК-5. Способен обеспечивать качество работы цифрового программного продукта

Индикатор ПК-5.2. Проводит юзабилити-аудит цифрового программного продукта

Обучающийся знает: технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах.

1. Основные понятия и принципы клиентоцентричного дизайна.
2. Социальные сети, сообщества и пользовательский контент.

3. Обратная связь и замеры: в чем разница.
4. Средства и инструменты для сбора необходимой информации от клиентов.
5. Сервисные коммуникации.
6. Культура клиентоцентричности.
7. Миссия, видение, ценности.
8. Системные эффекты при построении обучающейся организации.
9. Командообразование, создание кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом.
10. Интеграция клиентоцентричности в бизнес-процессы компании.
11. Выстраивание системы управления на уровне всей компании. Важнейшие элементы системы.

ОЦЕНКА УМЕНИЙ И НАВЫКОВ ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ЭКЗАМЕНЕ

Компетенция ПК-1. Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку цифрового программного продукта

Индикатор ПК-1.1. Проводит обследование организаций, выявляет информационные потребности заказчика, используя цифровые инструменты и облачные решения для сбора и анализа данных

Обучающийся умеет: изучать и картировать пользовательский опыт; измерять лояльность и удовлетворенность пользователя, осуществлять приоритезацию изменений в клиентском опыте.

Обучающийся владеет: навыками аналитической работы.

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам выполнения лабораторных работ по основам управления пользовательским опытом.

Компетенция ПК-1. Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку цифрового программного продукта

Индикатор ПК-1.2. Разрабатывает техническое задание, формализует требования заказчика к разработке цифрового программного продукта

Обучающийся умеет: представлять требования заказчика обеспечить связь с процессами, людьми, технологиями, брендом, стратегией.

Обучающийся владеет: навыками описания требований к разработке.

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам выполнения лабораторных работ по основам управления пользовательским опытом.

Компетенция ПК-2 - Способен проектировать цифровой программный продукт

Индикатор ПК-2.4. Проводит анализ современных программно-технических средств, специализированных цифровых платформ, облачных и отраслевых решений для разработки цифрового программного продукта

Обучающийся умеет: формировать инсайты о клиентском опыте

Обучающийся владеет: навыками сбора необходимой информации о пользователях web-приложения

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам выполнения лабораторных работ по основам управления пользовательским опытом.

Компетенция ПК-5. Способен обеспечивать качество работы цифрового программного продукта

Индикатор ПК-5.2. Проводит юзабилити-аудит цифрового программного продукта

Обучающийся умеет: использовать создавать эффективные регламенты для фронт-офиса, диджитал и CRM

Обучающийся владеет: навыками создания кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом

Оценка достижения обучающимся запланированного результата обучения осуществляется по результатам выполнения лабораторных работ по основам управления пользовательским опытом.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНОВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Для контроля усвоения обучающимися данной дисциплины и достижения запланированных результатов обучения учебным планом предусмотрен экзамен, проводимый в форме устного ответа на теоретический вопрос. При выставлении итоговой оценки по дисциплине учитываются результаты текущего контроля, отражающие сформированность практических умений и навыков обучающегося. Во время обучения обучающиеся участвуют в разных мероприятиях текущего контроля: участвуют в устных теоретических опросах, выполняют лабораторные работы. Для допуска к экзамену обучающемуся необходимо выполнить все лабораторные работы.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
Компетенция ПК-1. Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку цифрового программного продукта Индикатор ПК-1.1. Проводит обследование организаций, выявляет информационные потребности заказчика, используя цифровые инструменты и облачные решения для сбора и анализа данных					
Знать: основные типы бизнес-логик, понятие интерактивной аналитики, аналитическую модель CJM, количественные и качественные методы исследования пользовательского опыта, метрики клиентского опыта	Не знает	Фрагментарные знания об основных типах бизнес-логик, понятий интерактивной аналитики, аналитической модели CJM, количественных и качественных методах исследования пользовательского опыта, метриках клиентского опыта	Общие, но не структурированные знания об основных типах бизнес-логик, понятий интерактивной аналитики, аналитической модели CJM, количественных и качественных методах исследования пользовательского опыта, метриках клиентского опыта	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания об основных типах бизнес-логик, понятий интерактивной аналитики, аналитической модели CJM, количественных и качественных методах исследования пользовательского опыта, метриках клиентского опыта	Сформированные систематизированные прочные знания об основных типах бизнес-логик, понятий интерактивной аналитики, аналитической модели CJM, количественных и качественных методах исследования пользовательского опыта, метриках клиентского опыта
Уметь: изучать и картировать пользовательский опыт; измерять лояльность и удовлетворенность пользователя, осуществлять приоритезацию изменений в клиентском опыте;	Не умеет	Частично освоенные умения изучать и картировать пользовательский опыт; измерять лояльность и удовлетворенность пользователя, осуществлять приоритезацию изменений в клиентском опыте	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельно выполнением умения изучать и картировать пользовательский опыт; измерять лояльность и удовлетворенность пользователя, осуществлять приоритезацию изменений в клиентском	В целом сформированные и самостоятельное выполняемые, но не всегда интеллектуально обоснованные умения изучать и картировать пользовательский опыт; измерять лояльность и удовлетворенность пользователя, осуществлять	Успешно сформированные, самостоятельное и осознанно выполняемые умения изучать и картировать пользовательский опыт; измерять лояльность и удовлетворенность пользователя, осуществлять приоритезацию изменений в клиентском опыте

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
			опыте	приоритезации изменений в клиентском опыте	
Владеть: навыками аналитической работы	Не владеет	Фрагментарно сформированные навыки аналитической работы	В целом сформированные, но выполняемые на элементарном уровне навыки аналитической работы	Сформированные, но не устойчивые в сложных ситуациях навыки аналитической работы	Успешно сформированные, устойчивые, технологически грамотно выполняемые навыки аналитической работы
Компетенция ПК-1. Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку цифрового программного продукта Индикатор ПК-1.2. Разрабатывает техническое задание, формализует требования заказчика к разработке цифрового программного продукта					
Знать: основные понятия и принципы клиентоцентричного дизайна, отличие CX и UX, CX и сервисом, CX и маркетингом	Не знает	Фрагментарные знания об основных понятиях и принципах клиентоцентричного дизайна, отличие CX и UX, CX и сервисом, CX и маркетингом	Общие, но не структурированные знания об основных понятиях и принципах клиентоцентричного дизайна, отличие CX и UX, CX и сервисом, CX и маркетингом	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания об основных понятиях и принципах клиентоцентричного дизайна, отличие CX и UX, CX и сервисом, CX и маркетингом	Сформированные систематизированные прочные знания об основных понятиях и принципах клиентоцентричного дизайна, отличие CX и UX, CX и сервисом, CX и маркетингом
Уметь: представлять требования заказчика обеспечить связь с процессами, людьми, технологиями, брендом, стратегией	Не умеет	Частично освоенные умения обеспечить связь с процессами, людьми, технологиями, брендом, стратегией	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельностью выполнения умения обеспечить связь с процессами, людьми, технологиями, брендом, стратегией	В целом сформированные и самостоятельное выполняемые, но не всегда интеллектуально обоснованные умения обеспечить связь с процессами, людьми, технологиями,	Успешно сформированные, самостоятельно и осознанно выполняемые умения обеспечить связь с процессами, людьми, технологиями, брендом, стратегией

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
				брендом, стратегией	
Владеть: навыками описания требований к разработке	Не владеет	Фрагментарно сформированные навыки описания требований к разработке	В целом сформированные, но выполняемые на элементарном уровне навыки описания требований к разработке	Сформированные, но не устойчивые в сложных ситуациях навыки описания требований к разработке	Успешно сформированные, устойчивые, технологические и грамотно выполняемые навыки описания требований к разработке
Компетенция ПК-2 - Способен проектировать цифровой программный продукт Индикатор ПК-2.4. Проводит анализ современных программно-технических средств, специализированных цифровых платформ, облачных и отраслевых решений для разработки цифрового программного продукта					
Знать: - методы и инструменты исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта	Не знает	Фрагментарные знания о методах и инструментах исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта	Общие, но не структурированные знания о методах и инструментах исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания о методах и инструментах исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта	Сформированные систематизированные прочные знания о методах и инструментах исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта
Уметь: формировать инсайты о клиентском опыте;	Не умеет	Частично освоенные умения формировать инсайты о клиентском опыте	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельностью выполнения умения формировать инсайты о клиентском опыте	В целом сформированные и самостоятельные выполняемые, но не всегда интеллектуальные обоснованные умения формировать инсайты о клиентском опыте	Успешно сформированные, самостоятельно и осознанно выполняемые умения формировать инсайты о клиентском опыте
Владеть:	Не владеет	Фрагментарно	В целом	Сформирован	Успешно

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
навыками сбора необходимой информации о пользователях web-приложения;		сформированные навыки сбора необходимой информации о пользователях web-приложения	сформированные, но выполняемые на элементарном уровне навыки сбора необходимой информации о пользователях web-приложения	ные, но не устойчивые в сложных ситуациях навыки сбора необходимой информации о пользователях web-приложения	сформированные, устойчивые, технологически и грамотно выполняемые навыки сбора необходимой информации о пользователях web-приложения
Компетенция ПК-5. Способен обеспечивать качество работы цифрового программного продукта Индикатор ПК-5.2. Проводит юзабилити-аудит цифрового программного продукта					
Знать: технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах	Не знает	Фрагментарные знания технологий управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах	Общие, но не структурированные знания технологий управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания технологий управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах	Сформированные систематизированные прочные знания технологий управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах
Уметь: использовать создавать эффективные регламенты для фронт-офиса, диджитал и CRM	Не умеет	Частично освоенные умения использовать создавать эффективные регламенты для фронт-офиса, диджитал и CRM	В целом освоенные, но не подкрепляемые знаниями и самостоятельностью выполнения умения использовать создавать эффективные регламенты для фронт-офиса, диджитал и CRM	В целом сформированные и самостоятельные выполняемые, но не всегда интеллектуально обоснованные умения использовать создавать эффективные регламенты для фронт-офиса, диджитал и CRM	Успешно сформированные, самостоятельные и осознанно выполняемые умения использовать создавать эффективные регламенты для фронт-офиса, диджитал и CRM
Владеть: навыками создания	Не владеет	Фрагментарно сформированные навыки	В целом сформированные, но	Сформированные, но не устойчивые в	Успешно сформированные,

Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
	1	2	3	4	5
кросс-функциональн ых команд для управления клиентским опытом		создания кросс-функциональн ых команд для управления клиентским опытом	выполняемые на элементарном уровне навыки создания кросс-функциональн ых команд для управления клиентским опытом	сложных ситуациях навыки создания кросс-функциональн ых команд для управления клиентским опытом	устойчивые, технологическ и грамотно выполняемые навыки создания кросс-функциональн ых команд для управления клиентским опытом

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Критерии оценивания для экзамена:

При выставлении итоговой оценки за дисциплину необходимо учитывать результаты текущего контроля и критерии оценивания сформированности компетенций.

Оценка **«отлично»** выставляется обучающемуся, если:

- при ответе на теоретический вопрос были продемонстрированы глубокие, систематизированные и прочные знания (в соответствии с критериями сформированности компетенций), умения логично и обоснованно излагать материал, быстро ориентироваться в дополнительных вопросах и давать полные ответы;
- лабораторные работы выполнены с незначительными замечаниями и в полном соответствии с требованиями на оценку «отлично», обучающийся в работе продемонстрировал устойчивые навыки работы и осознанно исполняемые действия по управлению пользовательским опытом, способность демонстрировать различные методики при работе с web-ресурсами и обосновывать свои действия;
- во время сдачи лабораторных работ обучающийся логически стройно, доходчиво и грамотно продемонстрировал проведенную работу, отчет оформлен аккуратно и по требованиям, полно и доступно отвечал на дополнительные вопросы;
- обучающийся участвовал во всех видах текущего контроля и получал по ним максимальные баллы (допустимо отдельные отметки «хорошо»).

Все вышеперечисленное говорит о сформированности запланированных компетенций на высоком уровне.

Оценка **«хорошо»** выставляется обучающемуся, если:

- при ответе на теоретический вопрос было продемонстрировано хорошее, но недостаточно полное изложение материала, с отдельными пробелами в знаниях (возможно, незначительными неточностями в употреблении терминов), логичное изложение материала, но недостаточно быстрая ориентация в нем при ответе на дополнительные вопросы;
- лабораторные работы выполнены на оценку «отлично» или «хорошо» (с незначительными замечаниями и/или ошибками), обучающийся продемонстрировал хорошие навыки работы по управлению пользовательским опытом, способность демонстрировать различные методики при работе с web-ресурсами и обосновывать свои действия;
- во время сдачи лабораторных работ обучающийся достаточно подробно продемонстрировал различные методики по управлению пользовательским опытом и обосновывать свои действия, доступно отвечал на дополнительные вопросы;
- обучающийся участвовал во всех видах текущего контроля и получал по ним в основном отметки «хорошо».

Все вышеперечисленное говорит о сформированности запланированных компетенций на хорошем уровне.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если:

- при ответе на теоретический вопрос было продемонстрировано поверхностное владение материалом и фрагментарные знания, отсутствие стройного и логично выстроенного ответа, затруднение в употреблении терминов и приведении примеров, плохая ориентация в материале при ответе на дополнительные вопросы;

- лабораторные работы выполнены на оценку «хорошо» или «удовлетворительно» (с ошибками и замечаниями), с отклонениями от требований, обучающийся затруднялся в объяснении применяемых методик по управлению пользовательским опытом;
- во время сдачи лабораторных работ обучающийся невнятно представлял различные методики поведенческого анализа пользователя при работе с web-ресурсами, не смог ответить на все дополнительные вопросы;
- обучающийся участвовал не во всех мероприятиях текущего контроля и получал по ним в основном удовлетворительные отметки.

Все вышеперечисленное говорит о сформированности запланированных компетенций на низком уровне.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если:

- при ответе на теоретический вопрос было продемонстрировано незнание значительного объема материала, «фрагментарность имеющихся знаний, отсутствие стройного и логично выстроенного ответа, затруднение в употреблении терминов и приведении примеров, неумение выделить главное, сделать выводы и обобщения, неспособность отвечать на дополнительные вопросы;
- лабораторные работы выполнены на оценку «удовлетворительно» со значительными отклонениями от требований, с грубыми ошибками и множеством замечаний, обучающийся продемонстрировал частично сформированные навыки работы, затрудняется в объяснении применяемых методик по управлению пользовательским опытом, не способен внести коррективы в работу;
- во время сдачи лабораторных работ обучающийся представлял отчет по выполненной работе частично, без подробностей, не смог ответить на дополнительные вопросы;
- обучающийся участвовал не во всех мероприятиях текущего контроля и получал по ним в основном удовлетворительные отметки.

Все вышеперечисленное говорит о частичной сформированности запланированных компетенций.

5. ДИАГНОСТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ УРОВЕНЬ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Компетенция ПК-1. Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку цифрового программного продукта

Обучающийся знает: основные типы бизнес-логик, понятие интерактивной аналитики, аналитическую модель CJM, количественные и качественные методы исследования пользовательского опыта, метрики клиентского опыта, основные понятия и принципы клиентоцентричного дизайна, отличие CX и UX, CX и сервисом, CX и маркетингом.

Обучающийся умеет: изучать и картировать пользовательский опыт; измерять лояльность и удовлетворенность пользователя, осуществлять приоритезацию изменений в клиентском опыте, представлять требования заказчика обеспечить связь с процессами, людьми, технологиями, брендом, стратегией.

Обучающийся владеет: навыками аналитической работы и навыками описания требований к разработке.

ЗАДАНИЯ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Задание 1. Что такое клиентоцентричный дизайн?

- а) Дизайн, ориентированный на потребности бизнеса
- б) Дизайн, ориентированный на потребности и ожидания клиентов
- в) Дизайн, основанный на последних технологиях
- г) Дизайн, ориентированный на минимизацию затрат

Ответ: б.

Задание 2. В чем основное отличие между CX и UX?

- а) CX ориентирован на взаимодействие с продуктом, UX на взаимодействие с брендом
- б) CX ориентирован на взаимодействие с брендом, UX на взаимодействие с продуктом
- в) CX и UX являются синонимами
- г) Нет различий

Ответ: б.

Задание 3. Как CX отличается от сервиса?

- а) CX включает в себя только цифровые взаимодействия, в то время как сервис - только оффлайн
- б) CX охватывает все аспекты взаимодействия клиента с компанией, сервис - только прямое обслуживание
- в) CX и сервис - это одно и то же
- г) CX менее важен, чем сервис

Ответ: б.

Задание 4. Как связаны CX и маркетинг?

- а) Маркетинг не влияет на CX
- б) CX является частью маркетинговой стратегии
- в) CX и маркетинг работают независимо друг от друга
- г) Маркетинг направлен на улучшение CX

Ответ: г.

Задание 5. Что такое интерактивная аналитика?

- а) Анализ данных в реальном времени
- б) Анализ исторических данных
- в) Анализ данных, полученных в результате опросов

- Ⓐ) Анализ данных, используемых для финансового учета

Ответ: а.

Задание 6. Что представляет собой аналитическая модель CJM (Customer Journey Map)?

- а) График покупательской способности
- б) Визуализация всех точек взаимодействия клиента с брендом
- в) Список всех клиентов компании
- Ⓐ) Диаграмма распределения продуктов компании

Ответ: б.

Задание 7. Какие методы исследования пользовательского опыта являются количественными?

- а) Интервью и фокус-группы
- б) Опросы и анализ данных использования
- в) Наблюдение и дневники
- Ⓐ) Эмпатическое картирование

Ответ: б.

Задание 8. Какие методы исследования пользовательского опыта являются качественными?

- а) Опросы и анализ данных использования
- б) Интервью и фокус-группы
- в) Анализ больших данных
- Ⓐ) Статистический анализ

Ответ: б.

Задание 9. Какие метрики используются для оценки клиентского опыта?

- а) NPS (Net Promoter Score), CSAT (Customer Satisfaction Score)
- б) ROI (Return on Investment)
- в) CTR (Click-Through Rate)
- Ⓐ) CPC (Cost Per Click)

Ответ: а.

Задание 10. Какие основные типы бизнес-логик можно выделить?

- а) Процедурная и декларативная
- б) Линейная и нелинейная
- в) Статическая и динамическая
- Ⓐ) Автоматизированная и ручная

Ответ: а.

ЗАДАНИЯ ОТКРЫТОГО ТИПА

Задание 1. Какие методы используются для представления требований заказчика в контексте связи с процессами компании?

Ответ: Методы представления требований заказчика: Использование диаграмм бизнес-процессов, создание функциональных спецификаций, проведение совещаний со стейкхолдерами.

Задание 2. Как можно обеспечить, чтобы требования заказчика были интегрированы с текущими технологиями компании?

Ответ: Интеграция требований с технологиями: Разработка технических спецификаций, согласование требований с IT-отделом, использование систем управления требованиями.

Задание 3. Какие стратегии помогают связать требования заказчика с брендом и корпоративной стратегией?

Ответ: Связь требований с брендом и стратегией: Анализ соответствия требований корпоративной культуре и стратегическим целям, разработка маркетинговых и стратегических документов.

Задание 4. Какие инструменты используются для описания требований к разработке продукта или услуги?

Ответ: Инструменты для описания требований: Программное обеспечение для управления требованиями, такое как JIRA, Confluence, или Microsoft Azure DevOps.

Задание 5. Какие основные элементы должны быть включены в документацию требований к разработке?

Ответ: Элементы документации требований: Цели проекта, описание функционала, критерии приемки, ограничения и предположения.

Задание 6. Какие методы используются для изучения и картирования пользовательского опыта?

Ответ: Методы изучения пользовательского опыта: Наблюдение за пользователями, интервью, анализ данных использования, создание персон пользователей.

Задание 7. Какие техники помогают визуализировать путь пользователя в процессе взаимодействия с продуктом или услугой?

Ответ: Техники визуализации пути пользователя: Создание карт пути клиента (Customer Journey Maps), использование диаграмм потока данных.

Задание 8. Какие инструменты используются для измерения удовлетворенности и лояльности пользователей?

Ответ: Инструменты измерения удовлетворенности: Опросы NPS (Net Promoter Score), CSAT (Customer Satisfaction Score), использование аналитических платформ.

Задание 9. Какие метрики наиболее эффективны для оценки удовлетворенности пользователя?

Ответ: Метрики удовлетворенности пользователя: NPS, CSAT, CES (Customer Effort Score), уровень удержания клиентов.

Задание 10. Какие факторы следует учитывать при приоритизации изменений в клиентском опыте?

Ответ: Факторы приоритизации изменений: Влияние на удовлетворенность клиентов, стоимость реализации, ожидаемый ROI, стратегическая важность.

Задание 11. Какие методы помогают определить, какие изменения в пользовательском опыте принесут наибольшую пользу?

Ответ: Методы определения важных изменений: Анализ обратной связи клиентов, проведение A/B тестирования, консультации со стейкхолдерами.

Задание 12. Как аналитика пользовательского опыта может помочь улучшить продукты или услуги?

Ответ: Роль аналитики пользовательского опыта: Идентификация проблем в интерфейсе, понимание потребностей пользователей, оптимизация пользовательского пути.

Задание 13. Какие данные необходимы для проведения эффективной аналитики пользовательского опыта?

Ответ: Данные для аналитики пользовательского опыта: Логи действий пользователей, результаты опросов, данные о времени взаимодействия с продуктом.

Задание 14. Какие проблемы могут возникнуть при анализе пользовательского опыта и как их можно решить?

Ответ: Проблемы при анализе пользовательского опыта: Недостаток данных, субъективность оценок пользователей, сложность интерпретации результатов.

Задание 15. Какие тенденции в аналитике пользовательского опыта стоит учитывать при планировании будущих исследований?

Ответ: Тенденции в аналитике пользовательского опыта: Использование машинного обучения для анализа больших данных, увеличение внимания к мобильному пользовательскому опыту, интеграция с IoT.

Компетенция ПК-2 - Способен проектировать цифровой программный продукт

Обучающийся знает: методы и инструменты исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта.

Обучающийся умеет: формировать инсайты о клиентском опыте.

Обучающийся владеет: навыками сбора необходимой информации о пользователях web-приложения.

ЗАДАНИЯ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Задание 1. Какой метод исследования пользовательского опыта наиболее подходит на этапе идеации продукта?

- а) А/В тестирование
- б) Интервью с пользователями
- в) Юзабилити-тестирование
- г) Анализ веб-аналитики

Ответ: б.

Задание 2. Какой инструмент можно использовать для создания прототипов на ранних этапах разработки?

- а) Adobe XD
- б) Google Analytics
- в) Tableau
- г) Selenium

Ответ: а.

Задание 3. Какой метод помогает понять, как пользователи воспринимают структуру вашего сайта или приложения?

- а) Карточная сортировка
- б) Глубинное интервью
- в) Сессии прямого наблюдения
- г) Тепловые карты

Ответ: а.

Задание 4. Какой инструмент аналитики наиболее полезен для изучения поведения пользователей на сайте?

- а) Adobe Illustrator
- б) Google Analytics
- в) Microsoft Excel
- г) Adobe Premiere

Ответ: б.

Задание 5. Какой метод исследования подходит для тестирования удобства использования продукта на поздних этапах разработки?

- а) Фокус-группы
- б) Юзабилити-тестирование
- в) Опросы
- г) Интервью с экспертами

Ответ: б.

Задание 6. Какой инструмент используется для отслеживания взаимодействия пользователя с интерфейсом в реальном времени?

- а) Crazy Egg
- б) Adobe InDesign
- в) JIRA
- г) GitHub

Ответ: а.

Задание 7. Какой метод позволяет собрать мнения и предпочтения большой группы пользователей?

- а) Глубинные интервью
- б) Фокус-группы
- в) Опросы
- г) Юзабилити-тестирование

Ответ: в.

Задание 8. Какой инструмент помогает анализировать, как пользователи перемещаются по страницам вашего сайта?

- а) Google Analytics
- б) Adobe Photoshop
- в) Microsoft Power BI
- г) AutoCAD

Ответ: а.

Задание 9. Какой метод исследования наиболее эффективен для получения качественной обратной связи на начальных этапах разработки продукта?

- а) Опросы
- б) Фокус-группы
- в) Глубинные интервью
- г) A/B тестирование

Ответ: в.

Задание 10. Какой инструмент используется для создания детальных карт пути пользователя (Customer Journey Maps)?

- а) Adobe XD
- б) Microsoft Visio
- в) Lucidchart
- г) AutoCAD

Ответ: в.

ЗАДАНИЯ ОТКРЫТОГО ТИПА

Задание 1. Какие методы можно использовать для формирования инсайтов о клиентском опыте?

Ответ: Методы формирования инсайтов о клиентском опыте: Использование аналитики поведения, проведение опросов и интервью, анализ отзывов пользователей.

Задание 2. Какие инструменты аналитики веб-приложений наиболее эффективны для сбора данных о пользователях?

Ответ: Эффективные инструменты аналитики для сбора данных: Google Analytics, Mixpanel, Hotjar.

Задание 3. Какие виды данных о пользователях веб-приложений наиболее ценны для формирования инсайтов?

Ответ: Ценные виды данных о пользователях: Данные о поведении на сайте, данные о демографии, данные об источниках трафика.

Задание 4. Какие шаги необходимо предпринять для анализа собранных данных и формирования инсайтов?

Ответ: Шаги анализа данных: Сбор данных, их очистка, анализ, визуализация, формирование выводов и рекомендаций.

Задание 5. Как можно использовать результаты анализа данных для улучшения пользовательского опыта?

Ответ: Использование результатов анализа: Оптимизация пользовательского интерфейса, улучшение пользовательского опыта, персонализация предложений.

Задание 6. Какие методы качественного исследования наиболее подходят для понимания мотиваций и поведения пользователей?

Ответ: Методы качественного исследования: Интервью, фокус-группы, наблюдение за пользователями.

Задание 7. Какие количественные методы анализа данных помогают в формировании инсайтов о клиентском опыте?

Ответ: Количественные методы анализа: Статистический анализ, анализ временных рядов, когортный анализ.

Задание 8. Какие проблемы могут возникнуть при сборе данных о пользователях веб-приложений и как их можно решить?

Ответ: Проблемы при сборе данных: Нарушение конфиденциальности, низкая активность пользователей, искажение данных.

Задание 9. Какие этические соображения следует учитывать при сборе и анализе данных о пользователях?

Ответ: Этические соображения: Соблюдение приватности, информирование пользователей о сборе данных, возможность отказа от участия.

Задание 10. Какие технологии и инструменты могут помочь в автоматизации сбора данных о пользователях веб-приложений?

Ответ: Технологии для автоматизации сбора данных: Использование скриптов для отслеживания, интеграция с CRM-системами, использование API для сбора данных.

Задание 11. Какие показатели (метрики) следует отслеживать для оценки изменений в пользовательском опыте после внедрения улучшений?

Ответ: Показатели для отслеживания изменений: Уровень удовлетворенности, время на сайте, конверсия.

Задание 12. Какие методы визуализации данных наиболее эффективны для представления инсайтов о клиентском опыте?

Ответ: Методы визуализации данных: Создание дашбордов, использование графиков и диаграмм, карты тепла.

Задание 13. Как можно интегрировать собранные данные с другими источниками информации для более глубокого анализа?

Ответ: Интеграция данных с другими источниками: Слияние данных из разных систем, использование облачных хранилищ, создание единой аналитической платформы.

Задание 14. Какие стратегии можно использовать для увеличения участия пользователей в процессе сбора обратной связи?

Ответ: Стратегии для увеличения участия пользователей: Предложение вознаграждений, упрощение процесса обратной связи, персонализация запросов.

Задание 15. Какие новые тенденции в аналитике пользовательского опыта следует учитывать при планировании исследований?

Ответ: Тенденции в аналитике пользовательского опыта: Использование искусственного интеллекта для анализа данных, увеличение внимания к мобильному опыту, использование виртуальной и дополненной реальности для тестирования.

Компетенция ПК-5. Способен обеспечивать качество работы цифрового программного продукта

Обучающийся знает: технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах.

Обучающийся умеет: использовать создавать эффективные регламенты для фронт-офиса, диджитал и CRM.

Обучающийся владеет: навыками создания кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом.

ЗАДАНИЯ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Задание 1. Какая технология позволяет автоматизировать отправку электронных писем в ответ на действия клиентов?

- а) CRM системы
- б) **Email маркетинговые платформы**
- в) Системы управления контентом
- г) Платформы для вебинаров

Ответ: б.

Задание 2. Какой инструмент используется для мониторинга упоминаний бренда в социальных сетях?

- а) Google Analytics
- б) **Hootsuite**
- в) Trello
- г) Slack

Ответ: б.

Задание 3. Какая платформа позволяет создавать и управлять рекламными кампаниями в социальных сетях?

- а) **VK Business Manager**

- б) Microsoft Excel
- в) Adobe Photoshop
- г) WordPress

Ответ: а.

Задание 4. Какой инструмент используется для автоматизации взаимодействия с клиентами через чаты на сайте?

- а) **Chatbot платформы**
- б) Email клиенты
- в) Видеоконференцсвязь
- г) Форумы поддержки

Ответ: а.

Задание 5. Какая система помогает анализировать поведение пользователей на сайте и оптимизировать конверсию?

- а) CRM системы
- б) Системы управления базами данных
- в) **Платформы веб-аналитики**
- г) Системы документооборота

Ответ: в.

Задание 6. Какой инструмент позволяет интегрировать различные каналы коммуникации с клиентами в единую систему?

- а) **Omnichannel платформы**
- б) Платформы электронной коммерции
- в) Системы управления проектами
- г) Платформы для проведения опросов

Ответ: а.

Задание 7. Какой инструмент используется для создания и отправки персонализированных SMS-сообщений?

- а) **SMS-маркетинговые платформы**
- б) Платформы для создания видео
- в) Системы управления контентом
- г) Email маркетинговые сервисы

Ответ: а.

Задание 8. Какая технология позволяет собирать и анализировать отзывы клиентов в реальном времени?

- а) **Платформы для управления отзывами**
- б) Системы управления задачами
- в) Платформы для виртуальных мероприятий
- г) Системы управления активами

Ответ: а.

Задание 9. Какой инструмент помогает в создании и управлении контентом для различных цифровых каналов?

- а) **Системы управления контентом (CMS)**
- б) Платформы для видеоконференций
- в) Системы управления обучением
- г) Платформы для вебинаров

Ответ: а.

Задание 10. Какая платформа используется для автоматизации маркетинговых кампаний и управления взаимодействиями с клиентами?

- а) **Маркетинговые автоматизационные платформы**
- б) Платформы для создания презентаций
- в) Системы управления персоналом
- г) Платформы для проведения опросов

Ответ: а.

ЗАДАНИЯ ОТКРЫТОГО ТИПА

Задание 1. Какие ключевые элементы должны быть включены в регламент работы фронт-офиса?

Ответ: Ключевые элементы регламента работы фронт-офиса: Четкие процедуры обслуживания клиентов, стандарты коммуникации, роли и ответственности сотрудников.

Задание 2. Какие технологии наиболее эффективны для интеграции фронт-офиса с системами CRM?

Ответ: Технологии для интеграции фронт-офиса и CRM: Использование интегрированных CRM систем, автоматизация процессов с помощью программного обеспечения.

Задание 3. Какие методы можно использовать для обучения сотрудников фронт-офиса использованию новых цифровых инструментов?

Ответ: Методы обучения сотрудников: Регулярные тренинги, вебинары, онлайн-курсы, практические занятия.

Задание 4. Какие показатели (KPI) следует установить для оценки эффективности работы фронт-офиса?

Ответ: Показатели для оценки работы фронт-офиса: Уровень удовлетворенности клиентов, время реакции на запросы, количество успешно решенных обращений.

Задание 5. Какие принципы следует учитывать при разработке регламентов для цифровых каналов обслуживания клиентов?

Ответ: Принципы разработки регламентов для цифровых каналов: Удобство для пользователя, доступность, консистентность информации, защита данных.

Задание 6. Какие стратегии можно использовать для повышения удовлетворенности клиентов через цифровые каналы?

Ответ: Стратегии для повышения удовлетворенности клиентов: Персонализация обслуживания, быстрая и качественная поддержка, регулярное обновление контента.

Задание 7. Какие факторы важно учитывать при создании кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом?

Ответ: Факторы при создании кросс-функциональных команд: Разнообразие навыков, четкое определение целей, поддержка высшего руководства.

Задание 8. Какие роли и ответственности следует определить в составе кросс-функциональной команды?

Ответ: Роли в кросс-функциональной команде: Лидер команды, аналитик, специалист по маркетингу, IT-специалист, менеджер по обслуживанию клиентов.

Задание 9. Какие методы могут помочь в улучшении взаимодействия между членами кросс-функциональной команды?

Ответ: Методы улучшения взаимодействия в команде: Регулярные совещания, использование инструментов для совместной работы, корпоративные мероприятия.

Задание 10. Какие инструменты и технологии могут улучшить сотрудничество внутри кросс-функциональной команды?

Ответ: Инструменты для сотрудничества: Slack, Microsoft Teams, Asana, Trello.

Задание 11. Какие проблемы могут возникнуть при работе кросс-функциональных команд и как их можно решить?

Ответ: Проблемы в работе команды и их решения: Конфликты интересов, неэффективное общение, управление конфликтами и тренинги по командной работе.

Задание 12. Какие методы оценки эффективности кросс-функциональных команд можно применить?

Ответ: Методы оценки эффективности команды: Отчеты о выполнении проектов, обратная связь от клиентов, самооценка команды.

Задание 13. Какие изменения в корпоративной культуре могут потребоваться для поддержки кросс-функциональных команд?

Ответ: Изменения в корпоративной культуре: Поддержка инноваций, открытость к изменениям, поощрение сотрудничества.

Задание 14. Какие обучающие программы могут быть полезны для развития навыков членов кросс-функциональной команды?

Ответ: Обучающие программы для команды: Специализированные курсы по управлению проектами, клиентскому сервису, технологиям.

Задание 15. Какие стратегии мотивации и удержания талантов следует применять в кросс-функциональных командах?

Ответ: Стратегии мотивации и удержания талантов: Карьерный рост, признание достижений, конкурентоспособная заработная плата и льготы.

6. ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

Составил:

Н.Б. Стрекалова, д.п.н., доцент



(подпись)

Заведующий кафедрой

Н.Б. Стрекалова, д.п.н., доцент



(подпись)

Заведующий выпускающей кафедрой

Н.Б. Стрекалова, д.п.н., доцент



(подпись)