

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Финк Анастасия Федоровна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 09.05.2026 10:28:28
Уникальный программный ключ:
2431bd5130e74d20a9fc74baab365dd497e3afa3

Кафедра

ЧОУ ВО «Тольяттинская академия управления»

прикладной информатики и высшей математики



Б1.В.12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

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

Программа дисциплины рассмотрена (актуализирована) и утверждена на заседании кафедры прикладной информатики и высшей математики

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

Заведующий кафедрой Стрекалова Наталья Борисовна

1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Рабочая программа дисциплины «Управление пользовательским опытом» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 19.09.2017 №922 (с изменениями и дополнениями от 26.11.2020, 08.02.2021, 19.07.2022, 27.02.2023), и учебного плана направления подготовки 09.03.03 «Прикладная информатика», профиль «Дизайн и разработка цифровых программных продуктов» (программа бакалавриата).

Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕТ / 144 академических часов, в том числе: 28 часов контактной работы и 80 часа самостоятельной работы обучающихся.

Распределение часов дисциплины по семестрам и видам занятий (по учебному плану)

Вид учебной работы		Количество часов								
		Всего по учебному плану	Семестры							
			1	2	3	4	5	6	7	8
Контактная работа (всего):		28						28		
в том числе:										
Лекции		12						12		
Практические занятия		12						12		
Контроль самостоятельной работы (КСР)		4						4		
Самостоятельная работа (всего):		80						80		
Виды промежуточной аттестации (экзамен)		36						Экзамен 36		
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины:	Часы:	144						144		
	Зач. ед.:	4						4		

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью дисциплины выступает изучение основ управления пользовательским опытом в цифровом мире, а также методов и инструментов дизайна и исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта.

Воспитательная цель дисциплины связана с ориентацией обучающихся на мировой опыт использования методов и инструментов дизайна и исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта.

В задачи дисциплины входит подготовка обучающихся к осуществлению всех видов

профессиональной деятельности в комплексе: формирование у обучающихся представлений об основах управления пользовательским опытом в цифровом мире; ознакомление с технологиями управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах, а также принципами организации/трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ

Учебная дисциплина «Управление пользовательским опытом» относится к дисциплинам части Блока 1. Дисциплины (модули), формируемой участниками образовательных отношений. Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и навыках, приобретенных во время освоения дисциплин «Композиция и стилистика web-сайта», «Компьютерная графика интерфейса», «Методы анализа целевой аудитории». Знания, умения и навыки, приобретенные в результате изучения данной дисциплины, будут способствовать более успешному освоению дисциплин «UX-дизайн интерфейсов», «SEO-продвижение и сопровождение программных продуктов»/ «Подходы к трафику: таргетирование и контекст», написанию выпускной квалификационной работы.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Результаты освоения образовательной программы (компетенции обучающихся) устанавливаются в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки и профессиональными стандартами, соответствующими профессиональной деятельности выпускников, а также на основе анализа требований работодателей, предъявляемых к выпускникам. Планируемые результаты освоения дисциплины (знания, умения, навыки) соотносятся с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций, что обеспечивает формирование у обучающихся запланированных результатов освоения образовательной программы.

Шифр название компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 - Способен выявлять информационные потребности пользователей и составлять техническое задание на разработку цифрового программного продукта	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; Уметь: - изучать и картировать пользовательский опыт; - измерять лояльность и удовлетворенность пользователя, - осуществлять приоритезацию изменений в клиентском опыте; Владеть: - навыками аналитической работы
	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
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;
ПК-5 - Способен обеспечивать качество работы	ПК 5.2. Проводит юзабилити-аудит цифрового	Знать: - технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых

цифрового программного продукта	программного продукта	каналах; Уметь: - использовать создавать эффективные регламенты для фронт-офиса, диджитал и CRM; Владеть: - навыками создания кросс- функциональных команд для управления клиентским опытом
---------------------------------------	--------------------------	---

5. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Семестр изучения: 6

Раздел, модуль	Подраздел, тема	Виды учебной работы					Промежу точная аттестация в часах	Форма текущего контроля	Формируемые компетенции
		Контактная работа (в часах)			Самостоятельная работа				
		лек ции	практи ческие занятия	КСР	в часах	формы организации самостоятельной работы			
Раздел 1. Основы управления пользовательс ким опытом	Тема 1. Основы управления пользовательским опытом в цифровом мире.	2	-		4	Повторение лекционного материала, изучение дополнительной литературы по теме		Устный опрос	ПК-1.1 ПК-1.2
	Тема 2. Методы и инструменты дизайна и исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта.	2	-		4	Повторение лекционного материала, изучение дополнительной литературы по теме		Устный опрос	ПК-1.1
	Тема 3. Технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах.	4	-		4	Повторение лекционного материала, изучение дополнительной литературы по теме		Устный опрос	ПК-5.2 ПК-2.4
	Тема 4. Принципы организации/трансфор мации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода.	4	-		6	Повторение лекционного материала, изучение дополнительной литературы по теме		Устный опрос	ПК-1.2 ПК-5.2

Раздел 2. Лабораторные работы	Лабораторная работа № 1 «Виды карт (CJM, CDJM, Service Design Blueprint)»	-	1		6	Доработка лабораторной работы, оформление отчета		Проверка отчета по лабораторной работе	ПК-1.1 ПК-1.2
	Лабораторная работа № 2 «Составление плана исследования»	-	1		4	Доработка лабораторной работы, оформление отчета		Проверка отчета по лабораторной работе	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-2.4
	Лабораторная работа № 3 «Измерение лояльности и удовлетворенности»	-	1		4	Доработка лабораторной работы, оформление отчета		Проверка отчета по лабораторной работе	ПК-1.1 ПК-1.2
	Лабораторная работа № 4 «Метрики клиентского опыта: CSI, NPS, CLTV.»	-	1		6	Доработка лабораторной работы, оформление отчета		Проверка отчета по лабораторной работе	ПК-1.2 ПК-5.2
	Лабораторная работа № 5 «Метод Кано для приоритезации изменений в клиентском опыте»	-	1		4	Доработка лабораторной работы, оформление отчета		Проверка отчета по лабораторной работе	ПК-1.2 ПК-5.2
	Лабораторная работа № 6 «Формирование новых инсайтов о клиентском опыте»	-	1		6	Доработка лабораторной работы, оформление отчета		Проверка отчета по лабораторной работе	ПК-1.2 ПК-5.2 ПК-2.4
	Лабораторная работа № 7 «Инструменты для сбора необходимой информации от клиентов»	-	1		4	Доработка лабораторной работы, оформление отчета		Проверка отчета по лабораторной работе	ПК-5.2

	Лабораторная работа № 8 «Социальные сети, сообщества и пользовательский контент»	-	1		4	Доработка лабораторной работы, оформление отчета		Проверка отчета по лаборатор ной работе	ПК-5.2
	Лабораторная работа № 9 «Тенденции и инновации»	-	1		4	Доработка лабораторной работы, оформление отчета		Проверка отчета по лаборатор ной работе	ПК-5.2
	Лабораторная работа № 10 «Сервисные коммуникации»	-	1		4	Доработка лабораторной работы, оформление отчета		Проверка отчета по лаборатор ной работе	ПК-1.2 ПК-5.2
	Лабораторная работа № 11 «Создание кросс- функциональных команд для управления клиентским опытом»	-	1		4	Доработка лабораторной работы, оформление отчета		Проверка отчета по лаборатор ной работе	ПК-1.2 ПК-5.2
	Лабораторная работа № 12 «Миссия, видение, ценности компаний»	-	0.5		6	Доработка лабораторной работы, оформление отчета		Проверка отчета по лаборатор ной работе	ПК-1.2 ПК-5.2
	Лабораторная работа № 13 «Выстраивание системы управления на уровне всей компании»	-	0.5		6	Доработка лабораторной работы, оформление отчета		Проверка отчета по лаборатор ной работе	ПК-1.2 ПК-5.2
Форма промежуточной аттестации (экзамен)						Подготовка к промежуточной аттестации	-		
Всего		12	12	4	80	-	36		
144									

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Основы управления пользовательским опытом

Тема 1. Основы управления пользовательским опытом в цифровом мире.

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

Тема 2. Методы и инструменты дизайна и исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта.

Определение и сегментация клиентов. Классическое и ситуационное сегментирование. Персоны и JTBD. JTBD-шаблон. Драйверы и барьеры. Мотивационные конфликты. Поведенческая экономика. Концепции рациональности и иррациональности выбора. Ценностное предложение. Концепция потребительской ценности. Основные типы бизнес-логик. Разрешение мотивационного конфликта с помощью продукта. Атрибут и аргументы. Типичные ошибки при создании ценностных предложений. Пирамиды ценностей B2B и B2C. Картирование опыта. Аналитическая модель CJM. Виды карт (CJM, CDJM, Service Design Blueprint). Слои карт. Карты as is и to be. Виды исследований для заполнения карты. Принципы проектирования карт To Be. Оцифровка карт. Количественные и качественные исследования. Составление плана исследования. Глубинные интервью. Проведение, рекрутинг, кодирование. Аналитические закупки. Рефлексия по закупкам. Обратная связь и замеры: в чем разница. Измерение лояльности и удовлетворенности. Метрики клиентского опыта: CSI, NPS, CLTV. Лучшие средства и инструменты для сбора необходимой информации от клиентов. Метод Кано для приоритизации изменений в клиентском опыте. Анализ результатов исследований. Формирование новых инсайтов о клиентском опыте.

Тема 3. Технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах.

Автоматизация сервисного обслуживания. Эволюция клиентского опыта в эпоху развития digital-технологий. Системы оценки качества. Интерактивная аналитика. Социальные сети, сообщества и пользовательский контент. Адаптация веб-сайтов и растущая важность мобильного клиента. Тенденции и инновации: чат-боты, Internet of Thing (IoT), VR, искусственный интеллект, голос. Персональная помощь, обслуживание клиентов лично и по телефону, геймификация, машинное обучение и партнерские схемы. Омниканальная

поддержка. Эффективные регламенты для фронт-офиса, диджитал и CRM. Сервисные коммуникации.

Тема 4. Принципы организации/трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода.

Стили менеджмента и концепции лидерства. Стадии эволюции и зрелости организации. Управление изменениями. Организация как системная структура. Системные эффекты при построении обучающейся организации. Командообразование, создание кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом. Культура клиентоцентричности. Миссия, видение, ценности. Понимание ценности клиентского опыта во всей организации и на всех ее уровнях. Корпоративные стратегии: конкурентная, портфельная, продуктовая, UX-стратегия. Интеграция клиентоцентричности в бизнес-процессы компании. Выстраивание системы управления на уровне всей компании. Важнейшие элементы системы.

Раздел 2. Лабораторные работы

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 № 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»

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

В рамках данной учебной дисциплины обучающиеся выполняют самостоятельную внеаудиторную работу в виде повторения пройденного лекционного материала по всем темам, изучения дополнительной литературы для подготовки к устному опросу по всем

темам (1-4), выполнения и оформления отчетов по всем лабораторным работам (№1-№13), подготовки к промежуточной аттестации.

Самостоятельная внеаудиторная работа включает в себя:

- работу с лекционным материалом в рамках подготовки к устным опросам и изучения дополнительной литературы;
- доработка лабораторных работ;
- оформление отчетов по лабораторным работам;
- подготовка к экзамену.

Подготовка к устным опросам предполагает: систематическое чтение конспектов лекций, учебников и источников дополнительной литературы; аналитическую обработку информации, составление таблиц и схем для систематизации изученного материала; составление плана и/или тезисов ответов.

Подготовка лабораторных работ предполагает: ознакомление с практическим заданием и необходимым программным обеспечением, выполнение задания и оформление отчета по лабораторной работе по разработанному шаблону.

Самостоятельная работа может выполняться обучающимися в аудиториях Академии, специально отведенных для самостоятельной работы и оснащенных необходимым техническим и программным обеспечением, доступом к ЭИОС и ЭБС, или дома. Проверка результатов выполнения практических заданий осуществляется во время часов, выделенных на контроль самостоятельной работы обучающихся (КСР).

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении данной дисциплины используются следующие образовательные технологии:

Тема занятия	Вид образовательной технологии	Форма проведения занятия
Тема 1. Основы управления пользовательским опытом в цифровом мире.	<i>Традиционная технология</i>	<i>Лекция</i>
	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Кейс-ситуация</i>
Тема 2. Методы и инструменты дизайна и исследования пользовательского опыта на всех этапах жизненного цикла цифрового продукта.	<i>Традиционная технология</i>	<i>Лекция</i>
	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Кейс-ситуация</i>
	<i>Традиционная технология</i>	<i>Лекция</i>

Тема 3. Технологии управления коммуникациями с клиентами в цифровых каналах.	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Кейс-ситуация</i>
Тема 4. Принципы организации/трансформации внутренних бизнес-процессов компании для успешного внедрения клиентоцентричного подхода.	<i>Традиционная технология</i>	<i>Лекция</i>
	<i>Интерактивная технология</i>	<i>Кейс-ситуация</i>
Лабораторная работа № 1 «Виды карт (CJM, CDJM, Service Design Blueprint)»	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое задание</i>
Лабораторная работа № 2 «Составление плана исследования»	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое задание</i>
Лабораторная работа № 3 «Измерение лояльности и удовлетворенности»	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое задание</i>
Лабораторная работа № 4 «Метрики клиентского опыта: CSI, NPS, CLTV.»	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое задание</i>
Лабораторная работа № 5 «Метод Кано для приоритизации изменений в клиентском опыте»	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое задание</i>
Лабораторная работа № 6 «Формирование новых инсайтов о клиентском опыте»	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое задание</i>
Лабораторная работа № 7 «Инструменты для сбора необходимой информации от клиентов»	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое задание</i>
Лабораторная работа № 8 «Социальные сети, сообщества и пользовательский контент»	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое задание</i>
Лабораторная работа № 9 «Тенденции и инновации»	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое задание</i>
Лабораторная работа № 10 «Сервисные коммуникации»	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое задание</i>
Лабораторная работа № 11 «Создание кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом»	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое задание</i>
Лабораторная работа № 12 «Миссия, видение, ценности компаний»	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое задание</i>
Лабораторная работа № 13 «Выстраивание системы управления на уровне всей компании»	<i>Традиционная технология</i>	<i>Практическое задание</i>

9. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

9.1. Формы контроля по дисциплине

Текущий контроль. В процессе изучения учебной дисциплины обучающиеся участвуют в устных опросах и выполняют лабораторные работы. Результаты текущего контроля являются основанием для допуска к экзамену по данной учебной дисциплине. Обучающиеся, не выполнившие в полном объеме все лабораторные работы, не допускаются к сдаче экзамена по данной учебной дисциплине.

Промежуточная аттестация. Для контроля усвоения обучающимися данной дисциплины и достижения запланированных результатов обучения учебным планом предусмотрен экзамен, проводимый в форме устного ответа на теоретический вопрос. Сформированность практических умений и навыков оценивается по итогам выполнения всех лабораторных работы дисциплины и учитывается при выставлении итоговой отметки.

9.2. Оценочные материалы (оценочные средства) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Текущий контроль.

Примерный список для устного опроса по теме 1:

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:

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 приоритезации изменений в клиентском опыте.
13. Анализ результатов исследований.
14. Формирование новых инсайтов о клиентском опыте.

Примерный список для устного опроса по теме 3:

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:

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.

Промежуточная аттестация.

Список вопросов для подготовки к экзамену

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.
8. Определение и сегментация клиентов.
9. Классическое и ситуационное сегментирование.
10. Персоны и JTBD. JTBD-шаблон.
11. Драйверы и барьеры.
12. Мотивационные конфликты.
13. Поведенческая экономика.
14. Концепции рациональности и иррациональности выбора.
15. Ценностное предложение.
16. Концепция потребительской ценности.
17. Основные типы бизнес-логик.
18. Разрешение мотивационного конфликта с помощью продукта.
19. Атрибут и аргументы.
20. Типичные ошибки при создании ценностных предложений.
21. Пирамиды ценностей B2B и B2C.
22. Картирование опыта.
23. Аналитическая модель CJM.
24. Виды карт (CJM, CDJM, Service Design Blueprint).
25. Слои карт.
26. Карты as is и to be.
27. Виды исследований для заполнения карты.
28. Принципы проектирования карт To Be.
29. Оцифровка карт.
30. Количественные и качественные исследования.
31. Составление плана исследования.
32. Глубинные интервью.

33. Проведение, рекрутинг, кодирование.
34. Рефлексия по закупкам.
35. Обратная связь и замеры: в чем разница.
36. Измерение лояльности и удовлетворенности.
37. Метрики клиентского опыта: CSI, NPS, CLTV.
38. Средства и инструменты для сбора необходимой информации от клиентов.
39. Метод Кано для приоритизации изменений в клиентском опыте.
40. Анализ результатов исследований.
41. Формирование новых инсайтов о клиентском опыте.
42. Автоматизация сервисного обслуживания.
43. Эволюция клиентского опыта в эпоху развития digital-технологий.
44. Системы оценки качества. Интерактивная аналитика.
45. Социальные сети, сообщества и пользовательский контент.
46. Адаптация веб-сайтов и растущая важность мобильного клиента.
47. Тенденции и инновации: чат-боты, Internet of Thing (IoT), VR, искусственный интеллект, голос.
48. Персональная помощь, обслуживание клиентов лично и по телефону, геймификация, машинное обучение и партнерские схемы.
49. Омниканальная поддержка.
50. Эффективные регламенты для фронт-офиса, диджитал и CRM.
51. Сервисные коммуникации.
52. Системные эффекты при построении обучающейся организации.
53. Командообразование, создание кросс-функциональных команд для управления клиентским опытом.
54. Культура клиентоцентричности.
55. Миссия, видение, ценности.
56. Понимание ценности клиентского опыта во всей организации и на всех ее уровнях.
57. Корпоративные стратегии: конкурентная, портфельная, продуктовая, UX-стратегия.
58. Интеграция клиентоцентричности в бизнес-процессы компании.
59. Выстраивание системы управления на уровне всей компании. Важнейшие элементы системы.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине для инвалидов и лиц с ОВЗ предусмотрен Положением о текущем контроле

успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

10. РЕСУРСНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ

Для проведения занятий лекционного типа по данной дисциплине используются учебные аудитории с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью.

Для проведения занятий семинарского типа (лабораторных работ) по данной дисциплине используются учебные аудитории с медиа-оборудованием (проектор, экран, ноутбук) и учебной мебелью и/или компьютерные классы, оснащенные компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза.

Для самостоятельной работы обучающихся используется помещение для самостоятельной работы обучающихся, оснащенное компьютерами с необходимым программным обеспечением и доступом в Интернет и электронную информационно-образовательную среду вуза.

Для проведения контроля самостоятельной работы по данной дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по данной дисциплине используются компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет и необходимым программным обеспечением.

Перечень лицензионного программного обеспечения

№ п/п	Наименование	Тип ресурса
1	Microsoft Windows	Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» № /131 от 10.07.2020. Период действия договора и лицензий бессрочный. Лицензионное соглашение Microsoft - Open Value Subscription для решений Education Solutions №V8265046
2	Microsoft Office	
3	Visual Studio Enterprise (для учащихся, преподавателей и лабораторий)	
4	СПС КонсультантПлюс - справочно-правовая система отечественного производства	Лицензионный договор ООО «Консультант Плюс Тольятти» договор № 251 от 01.01.2024 (лицензия бессрочная, договор ежегодно продлеваемый)
5	Антивирус Касперского отечественного производства	Сублицензионный договор АО «СофтЛайн Трейд» №Tr000947217 от 04.12.2025 срок действия 10.02.2026 - 11.02.2028. Тип лицензии - проприетарная (17E0-251210-090335-980-xxxx)

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

- Браузер Yandex;
- Яндекс.Метрика – бесплатный сетевой сервис отечественного производства, демо-версия;
- wordstat.yandex.ru – сервис для создания семантического ядра в свободном доступе в интернет;
- megaindex.ru - сервис с бесплатной проверкой данных сайта в свободном доступе в интернет;
- xtool.ru - бесплатный аудит сайта в сокращенном формате в свободном доступе в интернет;
- Антиплагиат.ru – сервис для проверки уникальности контента в свободном доступе в интернет;
- text.ru – сервис для проверки уникальности контента в свободном доступе в интернет.

В соответствии с Положением о создании специальных условий для инвалидов и лиц с ОВЗ информационно-технологическая база образовательного процесса предусматривает использование материально-технических средств с учетом различных нозологий инвалидов и лиц с ОВЗ.

11. ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

№ п/п	Библиографическое описание	Тип издания	Количество в библиотеке
1.	Наумов, В. Н. Поведение потребителей : учебник / В. Н. Наумов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Инфра-М, 2023. – 345 с. – ISBN 978-5-16-107516-6 (online). – ЭБС Знаниум. – URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=424795 .	учебник	ЭБС
2.	Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса : учебное пособие / Ю. Д. Романова [и др.]. – Москва : Инфра-М, 2023. – 256 с. – ISBN 978-5-16-108517-2 (online). – ЭБС Знаниум. – URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=444262 .	учебное пособие	ЭБС
3.	Ткаченко, О. Н. Взаимодействие пользователей с интерфейсами информационных систем для мобильных устройств : исследование опыта : учеб. пособие / О. Н. Ткаченко. – Москва : Инфра-М, 2026. – 151 с. – ISBN 978-5-16-113969-1 (online). – ЭБС Знаниум. – URL: https://znanium.ru/catalog/document?id=468866 .	учебное пособие	ЭБС

11.2 Дополнительная литература

1. **Голицына, О. Л.** Информационные системы : учебное пособие / О. Л. Голицына, Н. В. Максимов, И. И. Попов. – 2-е изд. – Москва : Инфра-М, 2022. – 448 с. – ISBN 978-5-16-100362-6 (online). – ЭБС Знаниум. – URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=399391>.
2. **Магазанник, В. Д.** Человеко-компьютерное взаимодействие : учебное пособие / В. Д. Магазанник. – 2-е изд., доп. – Москва : Университетская книга, 2020. – 408 с. – ISBN 978-5-98699-181-8. – ЭБС Знаниум. – URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=367682>.
3. **Цифровой бизнес** : учебник / под науч. ред. О. В. Китовой. – Москва : Инфра-М, 2025. – 417 с. – ISBN 978-5-16-106396-5 (online). – ЭБС Знаниум. – URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=457271>.

Периодические издания:

1. Открытые системы. СУБД : журнал. – УБД ИВИС. – URL: <https://eivis.ru/browse/publication/64072>.
2. Программные продукты и системы: международный научно-практический журнал. – ЭБС Знаниум. – URL : <https://znanium.ru/catalog/magazines/issues?ref=f9bfbd0e-239e-11e4-99c7-90b11c31de4c>.

11.3. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные

системы, электронные библиотечные системы:

1. Znanium: электронно-библиотечная система. – URL: <http://znanium.ru>.
2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека. – URL: <https://elibrary.ru/>.
3. Цифровая библиотека IPRsmart. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/>.
4. Консультант плюс: справочно-правовая система. – URL: T:\consultantplus\cons.exe.
5. УБД ИВИС. – URL : <https://eivis.ru/basic/details>.
6. Электронная библиотека ТАУ. – URL: <http://83.234.207.58/MarcWeb2/Default.asp>.

12. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Успешное освоение дисциплины «Управление пользовательским опытом» предполагает посещение лекционных занятий и лабораторных работ, самостоятельную работу над изучением дополнительного теоретического материала. Рекомендуется перед каждым занятием повторять материал предыдущей лекции, изучать основную и дополнительную литературу по пройденной теме, структурировать изученный материал в виде кратких планов, схем, таблиц и т.п. Такая работа с учебным материалом позволит закрепить знания, более эффективно подготовиться к устным опросам, выполнению лабораторных работ и сдаче экзамена по дисциплине.

По дисциплине помимо традиционной лекции, на которой преподаватель освещает ключевые вопросы темы, также проводятся: лекция-визуализация – лекция информационного характера, предполагающая объяснения преподавателя с иллюстративным изложением материала; лекция-дискуссия - лекция с элементами обратной связи, на которой преподаватель производит изложение учебного материала и обсуждение с обучающимися отдельных примеров и ситуаций. На лекциях преподаватель может проводить устный опрос в целях выяснения степени усвоения предыдущего материала. Данные формы работы являются элементами текущего контроля и оцениваются преподавателем. Все это предполагает подготовку и самостоятельное изучение обучающимися теоретического материала по заявленной преподавателем теме.

Практические навыки по работе с онлайн-сервисами различного назначения, необходимых для выполнения лабораторных работ, обучающиеся получают на практических занятиях в аудитории с преподавателем. Для самостоятельной отработки этих навыков рекомендуется воспользоваться аудиториями Академии, специально отведенными для самостоятельной работы. Все задания и теоретические материалы размещаются в локальной сети и электронной информационно-образовательной среде Академии.

При выполнении лабораторных работ 1-13 обучающимся следует обратиться к теоретическим материалам и опыту изучения дисциплин «Основы маркетинга», «Бизнес-аналитика web-контента», «Управление пользовательским опытом», «Поведенческий анализ пользователя».

Подготовка лабораторных работ предполагает: ознакомление с практическим заданием и необходимым программным обеспечением, выполнение задания и оформление отчета по лабораторной работе по разработанному шаблону. Выполненные лабораторные работы сдаются преподавателю непосредственно в аудитории либо одним из следующих способов: сохранение в электронной информационно-образовательной среде, отправка преподавателю на почтовый ящик. При отправке преподавателю выполненной лабораторной работы по почте обучающемуся следует обеспечить личную идентификацию (ФИО обучающегося, курс, дисциплина). Некоторые лабораторные работы не могут быть сделаны только в рамках выделенного объема контактной работы (в аудитории) и «доделываются» в часы самостоятельной работы. Сдача таких работ на проверку осуществляется теми же самыми способами, что и по окончании лабораторных работ. Результаты проверки выполненных лабораторных работ доводятся до сведения обучающегося во время аудиторных занятий и/или в часы КСР, а также размещаются в электронной информационно-образовательной среде.

Программа дисциплины предполагает большой объем самостоятельной работы. Для выполнения лабораторных работ и других видов работ по данной дисциплине (подготовка к устному опросу) в домашних условиях (за пределами Академии) обучающемуся необходим персональный компьютер (планшет) и программные пакеты Microsoft Office. Лабораторные работы сопровождаются методическими указаниями, размещенными в локальной сети Академии и электронной информационно-образовательной среде. Методические указания содержат формулировку задания, примерную технологию выполнения, формат сдачи выполненной лабораторной работы.

Консультации по выполнению лабораторных и самостоятельных работ, обсуждение отметок и допущенных ошибок осуществляется во время КСР на кафедре прикладной информатики или в аудитории по расписанию. Консультации могут осуществляться также посредством асинхронного (почта, ЭИОС) и синхронного (zoom) коммуникационного взаимодействия по предварительной договоренности с преподавателем.

Формой промежуточного контроля по дисциплине выступает экзамен, который проводится в форме устного ответа на теоретический вопрос. Сформированность практических умений и навыков оценивается по итогам выполнения всех лабораторных работы дисциплины и учитывается при выставлении итоговой отметки.

13. 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)

Директор БИК

О.В. Балакина



(подпись)

Начальник ООУП

С.В. Фирсова



(подпись)