

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 28.11.2024 17:51:59

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«14» апреля 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.17 «ПСИХОЛОГИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»


Форма обучения:

очная

Москва – 2022

Разработчик (и): Матюшкин Вадим Сергеевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».


«01» марта 2022 г.


_____ /В.С. Матюшкин /
(подпись)


Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ №1015 от 13.08.2020г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


_____ /Н.Е. Козырева /
(подпись)

Заведующий кафедрой разработчика РПД


_____ /Е.С. Мальцева /
(подпись)

Протокол заседания кафедры № 8 от «04» марта 2022 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у обучающихся структурированных знаний в области психологии потребительского поведения и навыков ее практического использования в процессе проектирования пользовательских интерфейсов.

Задачи:

- формирование представлений об особенностях пользовательского опыта как критерия успешности коммерческого продукта;
- формирование первичных знаний в области гештальт-психологии;
- формирование представлений о ментальных моделях в UX и дизайнерских мануалах;
- формирование пространственных представлений, навыков применения цвета и форм в дизайне.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Обязательная часть.

Осваивается: 4 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-3 - способен выполнять поисковые эскизы изобразительными средствами и способами проектной графики; разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления)

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-3 Способен выполнять поисковые эскизы изобразительными средствами и способами проектной графики;	ОПК-3.3. Выполняет поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека	Знает: технику выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека Умеет: выполнять поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека Владеет: техникой выполнения

<p>разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления)</p>		<p>поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека</p>
--	--	--

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Психология визуальных коммуникаций» для студентов очной формы обучения, реализуемой в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн составляет: 3 зачетные единицы (108 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
Аудиторные занятия	36
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа	72

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	-
Промежуточная аттестация:	
Вид	Зачёт – 4 семестр
Трудоемкость (час.)	-
Общая трудоемкость з.е. / часов	3 з.е. / 108 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Принципы гештальта в дизайн-проектировании	3	3	-	12
3	Ментальные модели в UX и дизайнерских мануалах	3	3	-	12
4	Дизайн на основе висцеральных реакций	3	3	-	12
5	Психология цвета в дизайне	3	3	-	12
6	Психология форм в дизайне UX	3	3	-	12
<i>Итого</i>		18	18	-	72
<i>Форма контроля</i>		<i>зачёт</i>			-
Всего по дисциплине		108 / 3 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. UX-дизайн: законы восприятия

Пользовательский опыт как критерий успешности коммерческого продукта. Проектирование пользовательского опыта (UX Design). Законы психологии в разработке и проектировании дизайна интерфейсов. Закон Фиттса. Закон Хика. Закон Якоба. Закон прегнантности. Закон Миллера. Закон Паркинсона. Эффект серийного расположения. Закон Теслера. Эффект Фон Ресторфф.

Тема 2. Принципы гештальта в дизайн-проектировании

Понятие гештальта. Основополагающие идеи гештальта. Появление (проявление). Воплощение и обобществление (конкретизация). Мультистабильность. Инвариантность.

Законы (принципы) гештальта в дизайн-проектировании. Содержательность. Замкнутость. Симметрия. Фигура/фон. Равномерная связанность. Общие области. Близость. Общая судьба. Сходство. Точки фокусировки. Прошлый опыт.

Тема 3. Ментальные модели в UX и дизайнерских мануалах

Понятие ментальной модели. Практическое правило ментальной модели (The Mental Model Rule of Thumb). Использование ментальных моделей в дизайне. Разрыв между ментальными моделями дизайнеров и конечных пользователей. Ментальные модели в проектировании. UX-исследование. Customer Journey Maps и карты эмпатии. Заимствование элементов из существующего UX. Скевоморфизм.

Тема 4. Дизайн на основе висцеральных реакций

Когнитивистские теории эмоций. Когнитивно-физиологическая теория эмоций С. Шехтера. Познавательная теория эмоций М. Арнольд - Р. Лазаруса. Висцеральный уровень восприятия эмоциональных сигналов из окружающей среды Психологический механизм висцеральных реакций. Висцеральные реакции на визуальный контент. Создание положительных эстетических впечатлений от дизайна.

Тема 5. Психология цвета в дизайне

Факторы восприятия цвета человеком. Окружающая среда. Культурные обычаи, традиции, устои общества. Физиологические особенности организма восприятия информации. Теплые цвета. Холодные цвета. Нейтральные цвета. Цвет и эмоции. Контраст цветов. Дополнение цветов. Резонанс цветов. Выбор цветовой гаммы. Триада. Двойная комплиментарная система. Выбор цветов-аналогов.

Тема 6. Психология форм в дизайне UX

Психология форм. Значение геометрических фигур в дизайне UX. Значение естественных (природных) форм в дизайне UX. Значение абстрактных форм в дизайне UX. Практическое применение психологии форм в дизайне UX. Компоненты визуальной композиции. Инструменты организации контента. Логотипы и иконки. Пользовательские интерфейсы цифровых продуктов.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Казарина, Т. Ю. Цветоведение и колористика : практикум / Т. Ю. Казарина ; Министерство культуры Российской Федерации, Кемеровский государственный институт культуры, Институт визуальных искусств, Кафедра дизайна. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2017. – 36 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=472625

2. Мандель, Б. Р. Современная психология массовых коммуникаций: история, теория, проблематика : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 438 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=443847
3. Меликян, О. М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 280 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=112324
4. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко ; под ред. Л. М. Дмитриевой. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 336 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684529
5. Мандель, Б. Р. Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений (бакалавриат, магистратура) : учебное пособие : [16+] / Б. Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 382 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=270327
6. Макашев, М. О. Бренд : учебное пособие / М. О. Макашев. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 208 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684513

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное программное обеспечение:

1. Kaspersky Endpoint Security KL4863RAPFQ (Договор: Tr000583293, срок действия по 16.02.2022 г.);
2. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);
3. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Архиватор 7-Zip;
3. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF;
4. ZOOM - программа для организации видеоконференций;
5. Медиаплеер VLC

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/>- университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия

4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://www.novate.ru> - интернет-проект о дизайне
10. <http://www.revision.ru> - Re:vision. Следим за дизайном с 1999 года
11. <http://www.kulturologia.ru> - изобразительное искусство, дизайн, архитектура, фото
12. <http://www.logobank.ru/> - Каталог логотипов и знаков
13. <https://infoselection.ru/infokatalog/dom-nedvizhimost/interer-i-mebel/item/543-izdaniya-ro-arkhitecture-intereru-i-dizajnu-katalog-obzor> - журналы по архитектуре, интерьеру и дизайну
14. <http://kak.ru> - журнал о дизайне
15. <http://www.adme.ru/> - креативная реклама
16. <http://infographicsmag.ru> - сайт журнала «Инфографика»
17. <https://peopleofdesign.ru/> - блог о дизайне
18. <https://www.smashingmagazine.com/> - блог о дизайне

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 423

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 1 компьютер, подключенный к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 11 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом
Кафедра менеджмента и маркетинга

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.О.17 «ПСИХОЛОГИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Для направления подготовки:

54.03.01 Дизайн

(уровень бакалавриата)

Тип задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Менеджмент в дизайн-бизнесе»

Форма обучения:

очная

Москва – 2022

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<p>ОПК-3 Способен выполнять поисковые эскизы изобразительными средствами и способами проектной графики; разрабатывать проектную идею, основанную на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи; синтезировать набор возможных решений и научно обосновывать свои предложения при проектировании дизайн-объектов, удовлетворяющих утилитарные и эстетические потребности человека (техника и оборудование, транспортные средства, интерьеры, полиграфия, товары народного потребления)</p>	<p>ОПК-3.3. Выполняет поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека</p>	<p>Знает: технику выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека Умеет: выполнять поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека Владеет: техникой выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека</p>

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

<p>Не знает: технику выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека</p> <p>Не умеет: выполнять поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека</p> <p>Не владеет: техникой выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека</p>	<p>В целом знает: технику выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: выполнять поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: техникой выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: технику выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: выполнять поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: техникой выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>Знает: технику выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека</p> <p>Умеет: выполнять поисковые эскизы, удовлетворяющие утилитарным и эстетическим потребностям человека</p> <p>Владеет: техникой выполнения поисковых эскизов, удовлетворяющих утилитарным и эстетическим потребностям человека</p>
---	--	--	--

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример теста:

1. Время достижения цели — это функция расстояния до цели и её размера, это закон:

- а) Фиттса;
- б) Хика;
- в) Якоба;
- г) близости.

2. Пользователи проводят большее количество времени на других сайтах, это проявление закона:

- а) Фиттса;
- б) Хика;
- в) Якоба;
- г) близости.

3. Закон прегнантности гласит:

- а) близкие друг к другу объекты воспринимаются в группе;
- б) люди будут воспринимать и интерпретировать неоднозначные или сложные изображения в самой простой форме;
- в) любая задача занимает все отведенное на неё время;
- г) для любой системы существует определенное количество сложности, которое нельзя сократить.

4. Эффект Фон Ресторфф проявляется в том, что:

- а) время принятия решения возрастает с увеличением количества и сложности вариантов выбора;
- б) пользователи лучше всего запоминают первые и последний объекты в серии;
- в) в среднем, человек может удержать в памяти 7 ± 2 элемента в своей рабочей памяти;
- г) при наличии большого числа похожих объектов вероятнее всего запомнится тот, что отличается от остальных.

5. Закон Теслера был утвержден в:

- а) середине 1960-х;
- б) середине 1970-х;
- в) середине 1980-х;
- г) середине 1990-х.

6. К основополагающим идеям гештальта не относится:

- а) появление или проявление;
- б) содержательность;
- в) воплощение и обобществление;
- г) множественная стабильность.

7. Множественная стабильность (мультистабильность) предполагает:

- а) наличие двойного смысла у изображения;
- б) изображение только части объекта;
- в) распознавание целого раньше, чем его составляющих частей;
- г) узнавание объектов вне зависимости от их положения, различного масштаба или других факторов.

8. Нашему мозгу удобнее воспринимать легкие простые уравновешенные фигуры, чем сложные, композитные, это принцип:

- а) фигура/фон;
- б) симметрии;
- в) содержательности;
- г) близости.

9. Упорядочивание объектов определенным способом для легкого восприятия подразумевает принцип:

- а) фигура/фон;
- б) симметрии;
- в) содержательности;
- г) близости.

10. Принцип замкнутости гласит, что:

- а) два и более объединенных одной линией объекта будут восприниматься как более тесно связанные, по сравнению с другими объектами, находящимися в той же области;
- б) объединить объекты можно за счет общих областей;
- в) чем ближе друг к другу находятся определенные объекты, тем легче они воспринимаются как группа;
- г) любой образ должен быть завершенным.

11. Допустимые гармоничные сочетания, определяются по цветовому кругу Гете:

- а) по прямому углу;

- б) по углам треугольника;
- в) по прямой;
- г) по косой.

12. Чем сильнее естественный свет:

- а) тем ярче любой цвет;
- б) любой цвет приобретает голубоватый оттенок;
- в) все цвета выглядят естественнее;
- г) все цвета желтеют.

13. Гармоничные сочетания из 2, 3 и 4-х цветов, по цветовому кругу Гете, определяются:

- а) под углом 90 градусов;
- б) по равнобедренному треугольнику;
- в) по прямой;
- г) под острым углом.

14. Особенность растровой графики:

- а) при увеличении изображения появляется зернистость;
- б) при изменении картинки изображение не теряет своего качества;
- в) при уменьшении изображения появляется зернистость;
- г) изображение нельзя изменить.

15. Цвета белый, черный и все оттенки серого называются:

- а) хроматическими;
- б) ахроматическими;
- в) бесцветными;
- г) свободными.

16. Основные недостатки растрового формата:

- а) искажение картинки при масштабировании;
- б) невозможность изменить картинку;
- в) уменьшение яркости изображения;
- г) при уменьшении изображения теряется яркость.

17. Векторный способ кодирования изображения:

- а) представление изображения в виде простых геометрических фигур;
- б) представление изображения в компьютере в виде физических формул;
- в) представление изображения в компьютере в виде множества точек;
- г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.

18. На расстоянии все предметы кажутся голубоватыми, с увеличением расстояния:

- а) светлые предметы несколько темнеют, а темные смягчаются и светлеют;
- б) светлые предметы несколько желтеют, темные темнеют еще больше;
- в) светлые предметы становятся светлее, темные - темнее;
- г) все предметы остаются прежними.

19. Контрастные гармоничные цвета, по цветовому кругу Гете...

- а) под углом 90 градусов;
- б) по равнобедренному треугольнику;
- в) под острым углом;
- г) лежащие напротив.

20. Растровая графика – это:

- а) представление изображения в виде простых фигур;
- б) представление изображения в компьютере в виде математических формул;
- в) представление изображения в компьютере в виде множества точек;
- г) представление изображения в компьютере в виде фотографии.

Оценка формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

Пример контрольной работы:

Проектирование Customer Journey Map (карта путешествия потребителя)

Подготовка

1. Определение цели

Зафиксируйте цели, которых хотите достичь в результате создания карты путешествия потребителя, и учитывайте их при ее проектировании.

Примеры целей:

- изучить, что чувствует определенная группа потребителей при взаимодействии с сервисом, оценить ее удовлетворенность;
- найти слабые точки коммуникации потребителя с брендом, предложить решения по их оптимизации.

2. Сбор данные о потребителях

В зависимости от ситуации данные можно получить одним из нескольких способов:

- провести исследования рынка;
- провести полевые исследования потребителей, опросы фокус-групп;
- изучить сервисы веб-аналитики;
- проинтервьюировать заказчика проекта или лиц, владеющих информацией;
- самому стать клиентом своего продукта или услуги — «тайным покупателем».

3. Выбор инструментов

Маркер, стикеры, доска. В проектировании CJM участвует вся группа, каждый обучающийся будет видеть результаты работы.

Онлайн-сервисы Customer Journey Map.

– ixpressia.com — инструмент для проектирования CJM в стандартном линейном виде. Здесь есть шаблоны персон и карт, которые также можно скачать в PDF. В бесплатной версии создаются 1 карта и 1 персона.

– realttimeboard.com — более универсальный сервис. Он позволяет собрать шаблон CJM под свои нужды. Бесплатно создается до 3 карт.

Гугл-таблицы. CJM легко представить в виде таблицы. Просто, бесплатно, доступно для групповой работы.

Процесс проектирования Customer Journey Map

1. Создание персоны потребителя
2. Определение этапов взаимодействия
3. Определение каналов взаимодействия
4. Исследование опыта потребителя
5. Анализ барьеров и выдвижение гипотез по оптимизации

1. Создание персоны потребителя

Карта путешествия создается для описания определенного типа потребителя. Поскольку разные сегменты целевой аудитории имеют свои отличные друг от друга характеристики, для каждого ключевого сегмента необходимо создать по одной персоне, а для каждой персоны — отдельную CJM.

Действия на данном этапе:

- назовите персону;
- опишите демографические данные (пол, возраст, род деятельности);
- зафиксируйте цели, мотивы, возможные ограничения.

Также необходимо определить период времени, за который персона проходит весь потребительский путь от начальной до конечной точки. Он может быть коротким (например, если цель персоны — заказать пиццу) или довольно длинным (при покупке недвижимости).

2. Определение этапов взаимодействия

Необходимо проложить путь потребителя, обозначить его цели на каждом этапе. Вот, как это может выглядеть на примере спортзала.

Этап	Цели потребителя
Возникновение потребности	Николай увлекся просмотром боев ММА и захотел обрести спортивную фигуру
Интерес	Найти подходящий для тренировок спортзал
Исследование	Узнать больше о спортзале. Узнать, что говорят о спортзале его клиенты
Покупка абонемента	Записаться в зал на выгодных условиях
Первое посещение	Детально изучить зал. Поближе познакомиться с тренером. Составить программу занятий
Повторные регулярные посещения	Добиться спортивных результатов. Набрать вес
Становление постоянным клиентом	Получить специальные условия обслуживания
Рекомендация друзьям	Рассказать о своем опыте посещения зала

3. Определение каналов взаимодействия

Взаимодействие может происходить сразу в нескольких каналах:

- Поисковые системы (ищет спортзалы в Google или «Яндекс»);

- Сервисы онлайн-карт (ищет спортзалы на карте, так как важно расположение);
- Онлайн-агрегаторы;
- ТВ-реклама (может случайно увидеть рекламу спортзала по ТВ и заинтересоваться им);
- Социальные сети (у спортзалов есть свои паблики);
- Друзья и знакомые (многие просто советуются с друзьями).

4. Исследование опыта потребителя

В ходе мозгового штурма проявляем максимум эмпатии и стараемся выяснить, какие чувства клиент испытывает на каждом этапе, что он думает и какие впечатления у него остаются на этом шаге.

5. Анализ барьеров и выдвижение гипотез по оптимизации

Мозговой штурм продолжается. Задача группы — найти узкие места в получившейся воронке. Выдвигаем гипотезы, как устранить эти барьеры. Фиксируем все на карте.

Оценка за контрольную работу проводится матричным методом:

Критерии оценки	БАЛЛЫ
Ясность, четкость изложения	0-5 баллов
Аргументированность выводов	0-5 баллов
Креативность подходов	0-5 баллов
Качество выполнения заданий	0-5 баллов
Итоговая оценка	0-20 баллов

Оценка за контрольную работу формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 16 - 20 баллов;
- оценка «хорошо» - 11 - 15 баллов;
- оценка «удовлетворительно» - 6 - 10 баллов;
- оценка «неудовлетворительно» - 0 - 5 баллов.

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету:

1. Пользовательский опыт как критерий успешности коммерческого продукта.
2. Проектирование пользовательского опыта (UX Design).
3. Законы психологии в разработке и проектировании дизайна интерфейсов.
4. Понятие гештальта.
5. Основополагающие идеи гештальта.
6. Законы (принципы) гештальта в дизайн-проектировании.
7. Понятие ментальной модели.
8. Практическое правило ментальной модели (The Mental Model Rule of Thumb).
9. Использование ментальных моделей в дизайне.
10. Разрыв между ментальными моделями дизайнеров и конечных пользователей.
11. Ментальные модели в проектировании.
12. UX-исследование.

13. Customer Journey Maps и карты эмпатии.
14. Заимствование элементов из существующего UX.
15. Скевоморфизм.
16. Когнитивистские теории эмоций.
17. Когнитивно-физиологическая теория эмоций С. Шехтера.
18. Познавательная теория эмоций М. Арнольд - Р. Лазаруса.
19. Висцеральный уровень восприятия эмоциональных сигналов из окружающей среды
20. Психологический механизм висцеральных реакций.
21. Висцеральные реакции на визуальный контент.
22. Создание положительных эстетических впечатлений от дизайна.
23. Факторы восприятия цвета человеком.
24. Физиология цвета в целом.
25. Теплые цвета.
26. Холодные цвета.
27. Нейтральные цвета.
28. Цвет и эмоции.
29. Контраст цветов.
30. Дополнение цветов.
31. Резонанс цветов.
32. Выбор цветовой гаммы.
33. Психология форм.
34. Значение геометрических фигур в дизайне UX.
35. Значение естественных (природных) форм в дизайне UX.
36. Значение абстрактных форм в дизайне UX.
37. Практическое применение психологии форм в дизайне UX.
38. Компоненты визуальной композиции.
39. Инструменты организации контента.
40. Логотипы и иконки. Пользовательские интерфейсы цифровых продуктов.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	Двух- балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы
Хорошо		2. Аргументированность выводов.	глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно		3. Умение перевести теоретические знания в	знание структуры основного учебно-программного материала, основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории,

		практическую плоскость.	существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	Не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик (и): Матюшкин Вадим Сергеевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (протокол № 8 от 04.03.2022 г.).