

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Институт дистанционного образования

УТВЕРЖДЕНО:

директор ИДО-проректор по
развитию дополнительного
образования
М.О. Шепель

Оценочные материалы по дисциплине

Подходы к исследованию аудитории

по направлению подготовки

09.04.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль) подготовки / специализация:
«Дизайн и развитие цифрового продукта»

Форма обучения

Очная

Квалификация

Магистр

Год приема

2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП
А.В. Кудинов

Председатель Объединенного
административно-методического
Совета ИДО
С.Б. Велединская

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-1 – Способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.

УК-4 – Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия.

ОПК-4 – Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия.

ОПК-7 – Способность использовать методы научных исследований и математического моделирования в области проектирования и управления информационными системами.

ПК-1 – Способность управлять портфелем ИТ-продуктов и подразделениями управления ИТ-продуктами.

ПК-2 – Способность проектировать сложные графические пользовательские интерфейсы.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК-1.2 – Осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации.

ИУК-4.2 – Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке.

ИОПК-4.1 – Знает теоретические основы научных принципов и методов исследований.

ИОПК-7.1 – Владеет методами научных исследований и математического моделирования для решения профессиональных задач в области проектирования и управления информационными системами.

ИОПК-7.3 – Разрабатывает и применяет математические модели в области проектирования и управления информационными системами.

ИПК-1.1 – Управляет исследованиями новых рынков.

ИПК-2.2 – Создает формальные методики оценки графического пользовательского интерфейса.

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Текущий контроль по дисциплине проводится путем проведения тестов по лекционному материалу (включены в электронный учебник) и оценки одного группового проекта на применение изученного материала.

Примеры тестов текущего контроля

ИУК-1.2 – Осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации

1) Вопрос с множественным выбором. Вы планируете провести глубинные интервью с пользователями вашего продукта для выяснения их потребностей и болей. Какие шаги нужно предпринять для поиска и отбора подходящих респондентов?

Варианты ответа:

1. Найти респондентов среди друзей и знакомых
2. Провести рекламную кампанию в социальных сетях, ориентированную на целевую аудиторию
3. Использовать существующую базу пользователей продукта и отобрать тех, кто наиболее активно им пользуется
4. Провести массовый опрос среди случайных людей на улице

2) Вопрос с множественным выбором. Вы занимаетесь анализом конкурентов для нового приложения по доставке еды. Какие методы помогут вам наиболее эффективно систематизировать и проанализировать информацию о конкурентных продуктах?

Варианты ответа:

1. Создание SWOT-анализа для каждого конкурента.
2. Проведение юзабилити-тестов на конкурентных приложениях.
3. Чтение отзывов пользователей о конкурентах в App Store и Google Play.
4. Проведение интервью с пользователями конкурентных продуктов.

3) Вопрос с одиночным выбором. Выбери задание для юзабилити-теста, которое сформулировано правильно.

Варианты:

- Зайдите в личный кабинет, в раздел «Моё обучение», найдите предупреждение «Дедлайн!» в верхней части страницы и посмотрите, по каким дисциплинам вы пропустили зачёты.

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Здесь много подсказок, тестирование будет «нечестным». Ведь в реальной жизни никто не объяснит пользователю, где искать информацию о дедлайнах.

- Заполните поле «Мобильный телефон», начните вводить номер с +7...

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Неподходящая задача для теста. Скорее всего, дизайнер поменял что-то в поле ввода мобильного телефона, и ему важно проверить, всё ли работает. Однако для пользователя такое короткое действие лишено смысла. Он заходит на сайт для какой-то осмысленной цели: например, записаться на обучение или оставить контакты. Кроме того, «заполните поле» и формат заполнения — это явная подсказка.

- Посмотрите, на каких ваших курсах приближаются зачёты, а где вы их уже пропустили

Верный ответ. Фидбек на платформе: Здесь всё хорошо: нет пошаговой инструкции и слова-подсказки «дедлайн», которое намекает пользователю, что нужно искать в интерфейсе.

ИУК-4.2 – Применяет современные средства коммуникации для повышения эффективности академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке

1) Вопрос с множественным выбором. Вы планируете провести онлайн-исследование и хотите выбрать подходящий сервис для видеоконференций. Какие факторы следует учитывать при выборе сервиса, чтобы обеспечить наилучший опыт для респондентов?

Варианты ответа:

1. Сложность установки программы и время, необходимое для её установки
2. Распространённость программы среди пользователей и доступность по ссылке
3. Личный опыт работы с программой и наличие функции записи встречи
4. Размер файла для записи встречи и возможность автоматической транскрипции

2) Вопрос с единичным выбором. Вам необходимо провести глубинное интервью с пользователем из другой страны на английском языке. Какое действие поможет вам эффективно подготовиться и провести это интервью?

Варианты ответа:

1. Использовать автоматический переводчик для перевода вопросов с вашего родного языка на английский
2. Подготовить список вопросов на английском языке и провести репетицию интервью с носителем языка
3. Надеяться на интуитивное понимание и проводить интервью без подготовки

ИОПК-4.1 – Знает теоретические основы научных принципов и методов исследований

1) Вопрос с множественным выбором: Количественные исследования — хорошо структурированные, отвечают на вопросы «Что, где, когда?». Для каких целей применяют количественные методы?

Верные варианты ответа:

Оценить динамику ситуации

Понять размер проблемы

Неверные варианты ответа:

Понять смысл исследования

Понять мотивы пользователя

Узнать взгляды пользователя

2) Для каких задач подойдут количественные методы сбора фидбека?

В приложение добавили новую систему подписки, которую очень просили пользователи, но, по данным аналитики, число транзакций ничтожно мало.

Задача: понять, почему пользователи не используют знакомую и ожидаемую систему.

Варианты ответов:

Подойдут количественные методы

Неверный ответ. Фидбек на платформе: «Неверно, на вопрос «Почему?» могут ответить качественные исследования. Количественные лишь покажут, где проблема».

Не подойдут количественные методы

Верный ответ. Фидбек на платформе: «Верно! Количественные методы диагностируют проблему, но не показывают причину проблемы. То есть не отвечают на вопрос «Почему?». Для этого надо использовать качественные методы UX-исследований».

3) Для каких задач подойдут количественные методы сбора фидбека?

В приложении изменили вход на страницу настроек. По предпроектным исследованиям, это изменение воспринималось скорее положительно, но после выпуска в продакшен появились негативные комментарии в магазинах приложений.

Задача: Узнать, насколько серьёзная проблема?

Варианты ответов:

Не подойдут количественные методы

Неверный ответ. Фидбек на платформе: «Неверно, количественные методы — измеримые, позволяют ответить на вопрос «Насколько?» То есть определить, насколько серьёзная проблема».

Подойдут количественные методы

Верный ответ. Фидбек на платформе: «Верно! Чтобы узнать, насколько серьёзная проблема, то есть узнать, какое количество пользователей проблема затрагивает, необходимо использовать количественные исследования».

ИОПК-7.1 – Владеет методами научных исследований и математического моделирования для решения профессиональных задач в области проектирования и управления информационными системами

1) Вопрос с множественным выбором. Вот несколько фраз, которые описывают логику юзабилити-теста. Выберите, какие из них верны.

- Достаточно зафиксировать результат теста: если пользователь справился с заданием — интерфейс удобный

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Всё же нет. Если пользователь в конце концов выполнил задачу, но долго мучился, интерфейс никуда не годится.

- Дизайнер делает вывод об удобстве интерфейса на основе наблюдения за действиями и эмоциями респондентов, а также просит у них обратную связь

Верный ответ. Фидбек на платформе: Верно. Поэтому модерируемое юзабилити-тестирование (когда модератор даёт задание, наблюдает за действиями пользователя и может задать ему вопросы) — более информативный метод, чем веб-аналитика (автоматическая фиксация действий пользователей на сайте) или немодерируемый тест (пользователь заходит на специальный сервис, во время работы над заданием его экран записывается, но расспросить его ни о чём нельзя).

- При юзабилити-тестировании важно не только то, справился ли респондент с задачей, но и то, как именно он это сделал

Верный ответ. Фидбек на платформе: Конечно. Если респондент не сразу догадался, как действовать, долго перебирал варианты, совершал ошибки, испытывал негативные эмоции, то можно сделать вывод, что юзабилити продукта низкое.

- Единственное, за чем нужно наблюдать в ходе модерируемого юзабилити-тестирования — это действия пользователя в интерфейсе

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Неверно. Дизайнер также фиксирует эмоции и мнения респондентов. В ходе теста ему важно не терять с ними связь.

2) Вопрос с множественным выбором. Выберите, какие формулировки вопросов подходят для глубинного интервью.

- Я покажу вам приложение. Познакомьтесь с ним. Какие у вас первые впечатления?

Верный ответ. Фидбек на платформе: Этот вопрос к респонденту сформулирован грамотно и нейтрально. Хочет — похвалит, хочет — поругает.

- Вам удобнее получать консультацию в офисе банка или в чате мобильного приложения?

Неверный ответ. Фидбек на платформе: К сожалению, этот вопрос уже скрывает варианты ответа. Для глубинного интервью они не подходят, так как ограничивают респондента. Лучше использовать открытые вопросы.

- Сейчас я покажу вам наше самое передовое приложение. Как вам?

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Такой вопрос не даёт респонденту возможности поругать приложение. Ведь вы с командой так старались и считаете его передовым. Эта формулировка может сильно исказить результаты.

- Это пока тестовый вариант рекламы. Нам самим ещё не всё нравится. А как вам?

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Нет, таким вопросом ты программируешь пользователя искать огрехи.

- Как вам удобнее получать банковскую консультацию?

Верный ответ. Фидбек на платформе: Да, этот вопрос сформулирован корректно! Он призывает человека поделиться его пожеланиями.

- Я целый месяц согласовывал этот дизайн. Посмотрите, как он вам?

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Это не очень хорошая формулировка. Человеку будет сложно признаться, что ему не нравится то, над чем вы кропотливо трудились месяц.

- Сейчас я покажу вам рекламный ролик. Оцените, как он вам?

Верный ответ. Фидбек на платформе: Да, в вопросе важно не давать никаких оценок. Тут всё нейтрально.

- Команда разработала новый дизайн приложения. Как вам? Вы можете не бояться хвалить или ругать его. Я не имею отношения к дизайну и точно не обижусь. Мне нужно узнать ваше мнение.

Верный ответ. Фидбек на платформе: Да, это хороший приём — скажи, что это не твой продукт и ты просто исследуешь его достоинства и недостатки. Так человеку будет проще поделиться своим мнением

ИОПК-7.3 – Разрабатывает и применяет математические модели в области проектирования и управления информационными системами

Пример кейса: Разработка модели пользовательского поведения с использованием карт поведения (heatmaps)

Описание задания: Предоставляются данные о кликах пользователей на веб-странице. Необходимо создать тепловую карту (heatmap), визуализирующую места на странице, где пользователи чаще всего взаимодействуют с ней. На основе этой карты необходимо предложить улучшения дизайна для повышения эффективности взаимодействия.

Цель: Научиться использовать тепловые карты для анализа пользовательского поведения и улучшения дизайна интерфейса.

Оценочные критерии:

- Корректность построения тепловой карты.
- Способность интерпретировать данные карты.
- Качество предложенных улучшений дизайна на основе анализа.

ИПК-1.1 – Управляет исследованиями новых рынков

1) Пример вопроса с множественным выбором.

Зачем вашему стартапу анализировать конкурентов?

- Чтобы найти в их продуктах новые и полезные функции

Верный ответ. Фидбек на платформе: Да, ведь банковские приложения сейчас развиваются очень быстро, и важно следить за тем, что делают другие компании.

- Чтобы понять, как выделиться на фоне конкурентов

Верный ответ. Фидбек на платформе: Для этого важно изучить их сильные стороны, не только устройство продуктов, но и в целом то, как компания взаимодействует с пользователями.

- Чтобы проверить, насколько ваш продукт удобен для пользователя

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Нет, на этом этапе у вас ещё нет никакого продукта, и эта задача не относится к анализу конкурентов.

- Посмотреть, какие сейчас есть тренды в визуальном оформлении цифровых продуктов

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Нет, для этого стоит использовать другие методы, например мудборд.

- Выделить преимущества конкурентов

Верный ответ. Фидбек на платформе: Да, это знание можно использовать для того, чтобы усовершенствовать ваш продукт и потом победить в конкурентной борьбе.

2) Задание с одиночным выбором. Как эффективнее всего проверить первую гипотезу?

- Самостоятельно прочитать отзывы на товары и оценить, насколько они мотивируют совершить покупку.

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Так получится протестировать только собственное восприятие текста — что мотивирует одного, легко отталкивает другого.

- Провести количественный анализ данных: сравнить число посетителей, прочитавших отзыв перед покупкой, с числом покупателей, не читавших отзывы.

Верный ответ. Фидбек на платформе: Верно, цифры дадут однозначный ответ, существует ли связь между чтением отзывов и покупкой.

- Написать много новых отзывов и посмотреть, вырастут ли продажи.

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Так тоже делают, но этот вариант точно не лучший: слишком трудоёмкий, а значит, дорогой для бизнеса. Представь, что компания вложится в отзывы, а эффекта не будет.

3) Вопрос на соотнесение. Ваш стартап разрабатывает приложение-агрегатор, которое позволяет пользователям управлять своими банковскими счетами в одном месте. Определите тип конкурента для вашего стартапа в следующих примерах:

1. Онлайн-банк Revolut, который предлагает услуги как для бизнеса, так и для физических лиц.

Правильный ответ: Прямой конкурент. Фидбек на платформе: Revolut предлагает схожий функционал по управлению финансовыми услугами, что является основной функцией вашего стартапа.

2. Криптовалютная биржа Binance.

Правильный ответ: Непрямой (альтернативный) конкурент. Фидбек на платформе: Несмотря на то, что Binance работает в сфере финтеха, её основной функционал и направленность отличаются от вашего продукта.

3. Маркетплейс Wildberries.

Правильный ответ: Косвенный конкурент. Фидбек на платформе: Wildberries объединяет в одном месте множество товаров и услуг, аналогично тому, как ваше приложение объединяет банковские счета.

ИПК-2.2 – Создает формальные методики оценки графического пользовательского интерфейса

1) Вопрос с множественным выбором. Вот несколько утверждений о том, как нужно проводить тестирование. Выбери из них верные.

Варианты ответа:

- На тестировании нельзя подсказывать респонденту, как выполнить задачу

Неверный ответ. Фидбек на платформе: «Неверно. Есть случаи, когда подсказать можно. Например, когда респондент зашёл в тупик и не может перейти к следующей части задания без твоей помощи».

- На тестировании можно задавать вопросы респонденту

Верный ответ. Фидбек на платформе: Верно. Модератор может задавать уточняющие вопросы по ходу теста.

- На тестировании нельзя отвечать на вопросы респондента

Неверный ответ. Фидбек на платформе: «Нет, на вопросы, уточняющие задание или легенду, ответить можно».

- На тестировании надо поощрять респондента задавать вопросы.

Верный ответ. Фидбек на платформе: «Да, вопросы полезны. Так ты видишь, что происходит у человека в голове, когда он выполняет задачу. В начале теста лучше специально попросить респондента проговаривать всё, что приходит в голову».

- На тестировании надо стимулировать респондента делиться мнением о дизайне продукта.

Неверный ответ. Фидбек на платформе: «Нет, это неверно. Тестирование — это наблюдение, а не разговоры. Обратную связь ты можешь запросить после теста».

2) Вопрос с множественным выбором. Выберите, какие формулировки вопросов подходят для глубинного интервью.

- Я покажу вам приложение. Познакомьтесь с ним. Какие у вас первые впечатления?

Верный ответ. Фидбек на платформе: Этот вопрос к респонденту сформулирован грамотно и нейтрально. Хочет — похвалит, хочет — поругает.

- Вам удобнее получать консультацию в офисе банка или в чате мобильного приложения?

Неверный ответ. Фидбек на платформе: К сожалению, в этот вопрос защиты варианты ответа. Для глубинного интервью они не подходят, так как ограничивают респондента. Лучше использовать открытые вопросы.

- Сейчас я покажу вам наше самое передовое приложение. Как вам?

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Такой вопрос не даёт респонденту возможности поругать приложение. Ведь вы с командой так старались и считаете его передовым. Эта формулировка может сильно исказить результаты.

- Это пока тестовый вариант рекламы. Нам самим ещё не всё нравится. А как вам?

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Нет, таким вопросом ты программируешь пользователя искать огрехи.

- Как вам удобнее получать банковскую консультацию?

Верный ответ. Фидбек на платформе: Да, этот вопрос сформулирован корректно! Он призывает человека поделиться его пожеланиями.

- Я целый месяц согласовывал этот дизайн. Посмотрите, как он вам?

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Это не очень хорошая формулировка. Человеку будет сложно признаться, что ему не нравится то, над чем вы кропотливо трудились месяц.

- Сейчас я покажу вам рекламный ролик. Оцените, как он вам?

Верный ответ. Фидбек на платформе: Да, в вопросе важно не давать никаких оценок. Тут всё нейтрально.

- Команда разработала новый дизайн приложения. Как вам? Вы можете не бояться хвалить или ругать его. Я не имею отношения к дизайну и точно не обижусь. Мне нужно узнать ваше мнение.

Верный ответ. Фидбек на платформе: Да, это хороший приём — скажи, что это не твой продукт и ты просто исследуешь его достоинства и недостатки. Так человеку будет проще поделиться своим мнением.

3) Вопрос с единичным выбором. Выбери задание для юзабилити-теста, которое сформулировано правильно.

- Побродите по сайту, покажите, как вы с ним ознакомитесь.

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Вряд ли посетители приходят на сайт, чтобы с ним ознакомиться. Обычно у них есть более конкретная цель: найти информацию, купить билет, записаться на лекцию и т. д. Неудачная формулировка.

- Посмотрите, что сейчас идёт в кино, и выберите подходящий фильм

Верный ответ. Фидбек на платформе: Это верная задача — осмысленная и завершённая. В реальной жизни пользователи так и формулируют.

- Заполните форму, чтобы проверить, как работает автокомплит

Неверный ответ. Фидбек на платформе: Эта задача сформулирована так, что для посетителя сайта лишена смысла. Он обычно не знает, что такое автокомплит, да и проверка, работает ли функциональность, — ответственность тестировщика, а не пользователя.

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Студент получает **зачет** по результатам выполнения самостоятельного проекта по теме «Исследования аудитории». Завершённый и принятый преподавателем проект является основанием для получения зачета.

Пример самостоятельного проекта: необходимо провести командное исследование для последующего решения задач, поставленных заказчиком в брифе.

Бриф:

SkillSwap — мобильное приложение для обмена навыками. Внутри — различные онлайн мастер-классы. С помощью SkillSwap можно находить, развивать свои хобби под руководством опытных мастеров.

1) Миссия SkillSwap

Мы считаем, что хобби не только приносят радость, но и помогают личностному росту и развитию навыков. Это не просто времяпрепровождение, а путь к самовыражению, открытию новых возможностей и вдохновению.

Исследования показывают, что хобби положительно влияют на настроение, креативность и психическое здоровье. Они помогают нам снять напряжение, раскрыть свой потенциал и насладиться жизнью. Ведь какая жизнь без приключений и увлечений, правда?

Поэтому мы стремимся создать приложение, которое поможет людям найти своё истинное предназначение, изменить свою жизнь к лучшему и вдохновит на развитие хобби.

2) Целевая аудитория SkillSwap

SkillSwap — для людей всех возрастов, которые ищут вдохновение, хотят развиваться и изменить свою жизнь. От студентов, жаждущих новых знаний, до профессионалов, желающих углубиться в свои увлечения.

Платформа SkillSwap открыта для всех, кто стремится к самореализации и личностному росту. Мы хотим создать комьюнити, где каждый может найти своё место и обрести новые навыки от экспертов.

3) Ключевые гипотезы SkillSwap

1. Если дать пользователям большой выбор мастер-классов по разным хобби, у них появится интерес и мотивация попробовать новые занятия и развивать свои навыки.
2. Если придумать, как отслеживать прогресс и достижения, у пользователей появится мотивация заниматься хобби и достигать новых результатов.
3. Если дать возможность участвовать в групповых занятиях онлайн, удастся вовлечь пользователей в обучение, они будут обмениваться опытом и создавать сообщества по интересам.

4) Монетизация SkillSwap

1. Платный доступ к мастер-классам, тарифные сетки. Модель оплаты может быть разной: за каждый мастер-класс, подписка на неограниченное количество мастер-классов за определённый период времени, покупка пакета мастер-классов.
2. Премиум-функции и дополнительные возможности. За отдельную плату мы можем дать пользователям расширенные опции или эксклюзивные условия. Например, больше материалов, персональные консультации или ранний доступ к новым мастер-классам.
3. Реклама и спонсорство. Мы планируем размещать в приложении рекламные объявления или начать сотрудничать с компаниями, которые заинтересованы в целевой аудитории SkillSwap.
4. Партнёрство с брендами и продуктами. Мы хотим установить партнёрские отношения с брендами и продуктами, связанными с хобби. Чтобы предлагать специальные скидки или промокоды.

5) Фичи SkillSwap

а) Поиск и выбор мастер-классов. Мы хотим, чтобы пользователь:

- Искать мастер-классы в каталоге по категориям, ключевым словам, видел последние добавленные или самые популярные. С помощью исследований нужно определить, какие нужны категории и как должен работать поиск.
- Просматривать информацию о каждом мастер-классе, включая описание, информацию об инструкторе, длительность.
- Видел разбивку хобби на категории. Категории визуализируют разные направления деятельности, такие как музыка, кино, танцы, фотография и так далее.

б) Регистрация на мастер-класс. Важно, чтобы пользователь мог найти и забронировать место на конкретный мастер-класс, выбрать дату и время из предложенных вариантов. Один и тот же мастер-класс может проводиться в разные даты, поэтому стоит уточнить, какой нужен слот. К этому моменту пользователь уже будет зарегистрирован в приложении, поэтому не нужно заново вводить данные пользователя.

в) Участие в мастер-классе. У пользователя должна быть возможность поучаствовать в онлайн мастер-классе через видеоконференцию в Zoom. В карточке мероприятия нужна точка входа в конференцию. Доступ должен быть простой — приходит уведомление о том, что скоро начнётся мероприятие. Мы хотим протестировать групповые онлайн мастер-классы, чтобы пользователи могли задать вопросы эксперту, пообщаться друг с другом по

ходу мастер-класса. Это — альтернатива предзаписанным видео, где человек остаётся один на один с картинкой.

Нужно спроектировать возможность оставить отзыв после мастер-класса, а также просмотреть в карточке отзывы других слушателей. После мастер-класса у пользователя должен появиться доступ к записи. Запись на сервис будет загружать эксперт, нужно определить, где в интерфейсе будет отображаться видео, и как будет выглядеть точка входа в просмотр видео.

г) Отслеживание прогресса, истории и избранного. Эту функциональность можно реализовать по разному: отдельным разделом, в разных разделах или поместить её в профиль. Главное, чтобы пользователь:

- Видел историю пройденных мастер-классов. Думаем, это побудит к поиску интересных для себя хобби.
- Понимал, сколько времени он посвящает мастер-классам.
- Мог посмотреть рейтинг с самыми популярными занятиями. Если пользователь посещает много мастер-классов, мы будем показывать самые популярные направления, которые ему могут понравиться.
- Добавлял мастер-класс в избранное и мог просмотреть, какие занятия ему нравятся больше всего.

д) Знакомство с разными хобби. Мы хотим выполнять ещё и просветительскую деятельность и показывать пользователю, чем ещё можно увлечься. Поэтому хотим добавить раздел с короткими видео о разных хобби в формате тик-тока. Как мы это видим:

- К видео можно добавлять короткие описания. Кстати, для макетов вместо видео ты можешь использовать заглушки-фото с [Unsplash](https://unsplash.com/). В будущем ролики будет снимать наша команда, и мы планируем использовать их в маркетинге.
- Видео можно поставить лайк, и затем хобби, о котором говорится в видео, может попасть в избранное.

6) Дизайн и стиль SkillSwap

У SkillSwap современный и стильный визуальный дизайн с использованием ярких цветов и привлекательных графических элементов. Дизайн должен быть:

- минималистичным,
- с интуитивно понятным пользовательским интерфейсом.

Алгоритм выполнения задания:

1. Найти свою команду и создать групповой чат.
2. Самостоятельно изучить бриф.
3. Выбрать менеджера и отметить его в таблице.
4. Провести первую встречу:
 - Познакомиться.
 - Описать ТЗ.
 - Определить список прямых, альтернативных и косвенных конкурентов. Получится 5–10 конкурентов.
 - Распределить между собой список конкурентов для последующего анализа: у каждого участника команды должно быть по одному-двум конкурентам.

- Определить, по каким критериям вы будете сравнивать решения в приложениях конкурентов.
 - Зафиксировать результаты в общем шаблоне — его мы дадим в конце урока.
5. Самостоятельно проанализировать одного-двух выбранных конкурентов:
 - Проанализировать по выбранным критериям.
 - Изучить в открытых источниках фидбэк на их продукты: посмотреть комментарии в сторсах или на агрегаторах отзывов.
 - Приложить скрины отзывов и в свободной форме зафиксировать свои мысли и идеи по поводу того, как должно выглядеть будущее приложение.
 - Пройти ключевые сценарии в приложениях конкурентов, с помощью эвристики Нильсена найти плюсы и минусы и выписать их.
 6. Встретиться во второй раз с командой:
 - Поделиться результатами, собрать их в один файл и выделить ключевые инсайты.
 - Настроиться на следующий этап: подготовиться к глубинным интервью, составить портрет респондента, по желанию сформулировать гипотезы дополнительно к тем, которые в указаны в брифе, прописать гайд исследования. Каждый в команде должен провести одно-два интервью.
 7. Самостоятельно провести глубинные интервью:
 - Найти респондентов, договориться о звонках и провести одно-два интервью.
 - Записать разговор, чтобы можно было вернуться к нему, пересмотреть и найти новые инсайты.
 - Зафиксировать результаты в общем шаблоне.
 8. Собраться на третью встречу: подвести итоги интервью, поделиться своими выводами.
 9. Вместе с командой спроектировать основной сценарий использования приложения в виде блок-схемы. Подумать, как пользователи будут искать мастер-классы, регистрироваться на них и просматривать. Разрабатывать разделы «Отслеживание прогресса и достижений» и «Знакомство с разными хобби» пока не нужно, это задание предусмотрено для следующего спринта.
 10. Объединить результаты исследования и сценарий в один файл и через менеджера передать проект на ревью. Когда ревьюер примет задание, куратор поставит зачёт всей команде.

При оценке проекта будут учитываться следующие критерии из этапов исследования:

1. Подготовка к исследованию
2. Конкурентный анализ
3. Интервью
4. Работа со сценарием
5. Порядок и аккуратность

Проект засчитывается или не засчитывается в соответствии с критериями и требованиями к оцениванию. Итоговый зачет по дисциплине выставляется на основании сдачи самостоятельного проекта с обязательным соблюдением в нем указанных критериев. Несданный самостоятельный проект определяется оценкой “незачтено”.

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

УК-1 – Способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-4 – Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия

ОПК-4 – Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия

ОПК-7 – Способность использовать методы научных исследований и математического моделирования в области проектирования и управления информационными системами

ПК-1 – Способность управлять портфелем ИТ-продуктов и подразделениями управления ИТ-продуктами

ПК-2 – Способность проектировать сложные графические пользовательские интерфейсы.

Остаточные знания по дисциплине можно проверить путем выполнения задания, аналогичного самостоятельному проекту дисциплины.

Пример брифа:

SubTrack — мобильное приложение для отслеживания подписок на разные сервисы. С помощью SubTrack можно указать свои подписки, настроить напоминания о списаниях денежных средств, увидеть общую сумму оплаты за все подписки и так далее. Если коротко, то приложение работает следующим образом: пользователь добавляет из списка нужную подписку, указывает дату списания, периодичность, тариф (вся информация о подписках есть в нашем списке), далее на главном экране видит все подписки, общую сумму подписок, ближайшие даты списания.

Миссия SubTrack.

Сделать управление подписками прозрачным и понятным. Помочь людям управлять своим бюджетом.

Целевая аудитория SubTrack.

SubTrack — для людей всех возрастов. Мы определяем следующие группы:

1. Молодые профессионалы и студенты:
 - Люди, которые активно используют различные платные сервисы для обучения, развлечений и работы.
 - Они ценят удобство и хотят легко управлять своими подписками, чтобы избежать лишних расходов.
2. Семьи и домохозяйства:
 - Родители и члены семьи, которые имеют несколько подписок на разные сервисы для себя и своих детей.
 - Им важно иметь централизованное место для управления всеми подписками, чтобы лучше контролировать семейный бюджет.
3. Технически подкованные пользователи:
 - Люди, которые активно пользуются новыми технологиями и подписками на различные сервисы (например, стриминговые платформы, облачные сервисы, программное обеспечение).
 - Они ищут приложение, которое поможет им отслеживать и управлять всеми подписками на одном месте.

Эти группы пользователей объединяет потребность в удобном и прозрачном управлении своими платными подписками, чтобы избежать лишних расходов и своевременно получать уведомления о предстоящих платежах.

Фичи SubTrack

Вам предстоит полностью проработать сценарий добавления подписки в приложение. Есть список того, что мы бы хотели видеть в приложении в первую очередь.

1. Главный экран (когда подписок еще нет)

- Экран приветствия пользователя.
- Призыв к действию: “Добавить первую подписку”.
- Пример пустого состояния с объяснением, как начать использовать приложение.

2. Сценарий добавления подписок из списка

- Экран поиска и фильтрации подписок.
- Поле для ввода поиска.
- Фильтры для сортировки подписок по категориям (например, видео, музыка, образование).
- Отображение списка доступных подписок с кратким описанием.

3. Карточка подписки

- Подробное описание подписки.
- Логотип и название сервиса.
- Информация о доступных тарифах (за основу для макета можно взять информацию о подписке на яндекс плюс)
- Кнопки для выбора и подтверждения тарифа.
- Опционально: ссылки на внешние ресурсы или отзывы пользователей.

4. Главный экран (когда подписка создана)

- Отображение добавленных подписок.
- Краткая информация о каждой подписке (название, тариф, срок действия).
- Кнопка для добавления новых подписок.

Дизайн и стиль SubTrack

У SubTrack современный и стильный визуальный дизайн с использованием ярких цветов и привлекательных графических элементов. Дизайн должен быть:

- минималистичным,
- с интуитивно понятным пользовательским интерфейсом.

Также у SubTrack есть [логотип](#). Его цвет можно менять на своё усмотрение.

Задание приближено к работе в агентстве или продуктовой компании, так как вам с одноклассниками предстоит объединиться в команды. Воспринимайте это как плюс, ведь вы сможете делить между собой задачи и глубже их прорабатывать.

Кроме того, работа в команде — важный навык современного дизайнера. Сегодня многие на удалёнке, из-за этого сложнее поддерживать здоровую коммуникацию. Не всегда удаётся быстро назначить встречу, найти коллегу, узнать статус задачи. Но учиться этому нужно.

Несколько советов о том, как создать комфортную рабочую среду в команде:

1. Постарайтесь заранее обозначить время для созвонов и письменной коммуникации. Помните, что в вашей команде могут быть участники с разными часовыми поясами.
2. Заведите себе рабочий документ, где будут зафиксированы все сроки и договорённости.
3. Обозначайте реакциями или текстом, что увидели важную информацию, согласны со сроками и задачами, а если не согласны — сразу скажите об этом.
4. Если вы не успеваете к дедлайну, скажите об этом команде.
5. Не стесняйтесь предлагать помощь и просить о ней, делиться идеями. Коммуникация — самое важное в групповой работе.
6. Конфликты — это нормально. Все вы с разным опытом, взглядами и подходами к работе. Старайтесь находить общий язык и помните, что критика всегда относится к решениям, а не к человеку.
7. Не забывайте, что спринт групповой. Важно, чтобы у каждого была возможность внести свой вклад в общую работу. Не нужно брать на себя больше задач, даже если можете.
8. Если возник острый конфликт, одноклассник не вышел на связь в первые три дня или пропал по ходу работы, напишите в личные сообщения куратору.
9. Если вы не можете прийти к общему решению, не знаете, как лучше распределить задачи, не понимаете, как организовать рабочее пространство, напишите ментору в чат #group.
10. В шестом и седьмом спринтах ты снова будешь работать самостоятельно. Но с материалами, которые удалось собрать вместе с командой. Поэтому важно включаться в командную работу.

Чтобы максимально погрузиться в реальную работу, вам нужно определить, кто займёт позицию менеджера. Именно он будет координировать команду и отправлять результаты исследования на ревью.

Что делает менеджер:

- Определяет с командой сроки выполнения каждого этапа исследования и при необходимости ставит встречи.
- Координирует работу команды и распределяет задачи.
- Проводит встречи, фиксирует в чате то, о чём договорились. Чтобы после каждой встречи команда понимала, что делать дальше.

- Вместе с командой собирает результаты исследования в общий файл и сдаёт проект на ревью. Напомним, что ссылку проекта на ревью отправляет только менеджер.

Что нужно сделать:

Провести командное исследование о продукте. Алгоритм выполнения задания:

1. Найти свою команду и создать групповой чат.
2. Самостоятельно изучить бриф.
3. Выбрать менеджера и отметить его в таблице.
4. Провести первую встречу:
 - Познакомиться.
 - Описать ТЗ.
 - Определить список прямых, альтернативных и косвенных конкурентов. Получится 5–10 конкурентов.
 - Распределить между собой список конкурентов для последующего анализа: у каждого участника команды должно быть по одному-двум конкурентам.
 - Определить, по каким критериям вы будете сравнивать решения в приложениях конкурентов.
 - Зафиксировать результаты в общем шаблоне — его мы дадим в конце урока.
5. Самостоятельно проанализировать одного-двух выбранных конкурентов:
 - Проанализировать по выбранным критериям.
 - Изучить в открытых источниках фидбэк на их продукты: посмотреть комментарии в сторсах или на агрегаторах отзывов.
 - Приложить скрины отзывов и в свободной форме зафиксировать свои мысли и идеи по поводу того, как должно выглядеть будущее приложение.
 - Пройти ключевые сценарии в приложениях конкурентов, с помощью эвристики Нильсена найти плюсы и минусы и выписать их.
6. Встретиться во второй раз с командой:
 - Поделиться результатами, собрать их в один файл и выделить ключевые инсайты.
 - Настроиться на следующий этап: подготовиться к глубинным интервью составить портрет респондента, по желанию сформулировать гипотезы дополнительно к тем, которые в указаны в брифе, прописать гайд исследования. Каждый в команде должен провести одно-два интервью.
7. Самостоятельно провести глубинные интервью:
 - Найти респондентов, договориться о звонках и провести одно-два интервью.
 - Записать разговор, чтобы можно было вернуться к нему, пересмотреть и найти новые инсайты.
 - Зафиксировать результаты в общем шаблоне.
8. Собраться на третью встречу: подвести итоги интервью, поделиться своими выводами.
9. Вместе с командой спроектировать сценарий использования приложения в виде блок-схемы. Подумать, как пользователи будут искать мастер-классы, регистрироваться на них и просматривать. Разрабатывать разделы «Отслеживание прогресса и достижений» и «Знакомство с разными хобби» не нужно, эти задания в рамках самостоятельной работы появятся в следующем спринте.
10. Объединить результаты исследования и сценарий в один файл и через менеджера передать проект на ревью. Когда ревьюер примет задание, куратор поставит зачёт всей команде.
11. Указать на обложке финального проекта имена и фамилии каждого участника команды и затем отправить работу на ревью.

В ходе выполнения задания у вас, скорее всего, появятся новые идеи и инсайты. Вы можете собирать их в отдельном фрейме, но мы просим сфокусироваться на том, что описано в брифе. Не забудьте использовать для проекта [логотип](#). И помните, что его цвет можно менять на своё усмотрение. Чтобы ничего не упустить, мы подготовили [шаблон](#) выполнения.

Информация о разработчиках

Петрищева Александра Валерьевна, программный эксперт программы «Продуктовый дизайн» в Яндекс Практикум, Senior Product Designer