

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной  
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 г.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Дисциплина:** Дизайн мобильных приложений  
(наименование)

**Форма обучения:** очная  
(очная/очно-заочная/заочная)

**Уровень высшего образования:** магистратура  
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

**Общая трудоёмкость:** 108 (3)  
(часы (ЗЕ))

**Направление подготовки:** 42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
(код и наименование направления)

**Направленность:** Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных  
отраслях  
(наименование образовательной программы)

# 1. Общие положения

## 1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование способности создавать нематериальные активы (брендов) на основе самостоятельно проводимых исследований; использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; управлять нематериальными активами (брендами) в организации, в т.ч. внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта в области визуальных коммуникаций.

### Задачи дисциплины

#### Знать

- инструменты бренд-менеджмента (мобильные приложения);
- инструменты маркетинговых коммуникаций (мобильные приложения)
- организацию рекламного дела (требования к современному дизайну; особенности визуальной коммуникации мобильных устройств; понятие UX/UI дизайна);

#### Уметь

- использовать инструменты проектного управления успешными брендами (мобильные приложения);
- формировать имидж и деловую репутацию организации;
- продвигать товары (услуги) организации на рынок;
- формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта;

#### Владеть навыками

- разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации;
- использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций; разработки мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг);
- формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта;
- реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации.

## 1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- ? коммуникационный дизайн
- ? фирменный стиль
- ? UI/UX дизайн

## 1.3. Входные требования

Не предусмотрены

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
-------------	-------------------	---	--	-----------------

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.1	ИД-1ПК-1.1	Знает <ul style="list-style-type: none"> <li>инструменты бренд-менеджмента (мобильные приложения);</li> <li>инструменты маркетинговых коммуникаций (мобильные приложения)</li> <li>организацию рекламного дела (требования к современному дизайну; особенности визуальной коммуникации мобильных устройств; понятие UX/UI дизайна);</li> </ul>	Знает понятийный аппарат в области нематериальных активов (брендов); инструменты бренд-менеджмента; процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов); инструменты маркетинговых коммуникаций	Зачет
ПК-1.1	ИД-2ПК-1.1	Умеет <ul style="list-style-type: none"> <li>проводить оценку визуального имиджа (мобильные приложения);</li> </ul>	Умеет определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации; проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов); проводить оценку стоимости брендов организации	Кейс-задача
ПК-1.1	ИД-3ПК-1.1	Владеть навыками <ul style="list-style-type: none"> <li>разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации посредством мобильных приложений;</li> <li>использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций (мобильные приложения); разработки мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) (мобильные приложения);</li> <li>формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного</li> </ul>	Владеет навыками разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; разработки комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг); тестирования инновационных товаров (услуг) при их внедрении на российский и международный рынки; подготовки рекомендаций	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		проекта и продукта посредством мобильных приложений; <ul style="list-style-type: none"> <li>реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации;</li> </ul> формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации посредством мобильных приложений.	для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)	
ПК-2.1	ИД-1ПК-2.1	Знает <ul style="list-style-type: none"> <li>организацию рекламного дела (требования к современному дизайну; особенности визуальной коммуникации мобильных устройств; понятие UX/UI дизайна);</li> </ul>	Знает состав процесса стратегического и оперативного планирования: организацию рекламного дела	Зачет
ПК-2.1	ИД-2ПК-2.1	Уметь <ul style="list-style-type: none"> <li>использовать инструменты проектного управления успешными брендами (мобильные приложения);</li> <li>формировать имидж и деловую репутацию организации;</li> <li>продвигать товары (услуги) организации на рынок;</li> <li>формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта;</li> </ul>	Умеет использовать инструменты проектного управления успешными брендами; проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации: продвигать товары (услуги) организации на рынок; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта ; выстраивать систему коммуникаций в организации на уровне стратегий: проводить анализ результативности коммуникационной политики	Кейс-задача
ПК-2.1	ИД-3ПК-2.1	Владеть навыками <ul style="list-style-type: none"> <li>разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания</li> </ul>	Владеет навыками разработки технических заданий на создание фирменного стиля организации, ее бренда;	Кейс-задача

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		<p>нематериальных активов (брендов) в организации посредством мобильных приложений;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций (мобильные приложения);</li> <li>• разработки мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) (мобильные приложения);</li> <li>• формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта посредством мобильных приложений;</li> <li>• реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации посредством мобильных приложений.</li> </ul>	<p>формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации</p>	

### 3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		3	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	19	19	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)			
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	17	17	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	89	89	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

### 4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
<b>3-й семестр</b>				
Цифровые визуальные коммуникации	0	0	4	20
<ul style="list-style-type: none"> <li>• история экранных интерфейсов, тенденции;</li> <li>• требования к современному дизайну;</li> <li>• особенности визуальной коммуникации мобильных устройств;</li> <li>• понятие UX/UI дизайна;</li> <li>• роль мобильных приложений в современном мире.</li> </ul>				
Основы дизайн-системы	0	0	4	20
<ul style="list-style-type: none"> <li>• гайдлайны платформ iOS, Android и стили;</li> <li>• насмотренность и поиск референсов;</li> <li>• элементы дизайн-систем;</li> <li>• компоненты и работа в Figma, Lunacy, Sketch, Adobe XD, Miro и других программах.</li> </ul>				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
UX дизайн	0	0	5	25
<ul style="list-style-type: none"> <li>• UX исследование;</li> <li>• выявление ключевой потребности, CusDev (CJM, CX и др.);</li> <li>• создание пользовательских сценариев;</li> <li>• информационная архитектура;</li> <li>• прототипирование, UX-паттерны;</li> <li>• создание детального прототипа приложения</li> </ul>				
UI дизайн	0	0	4	24
<ul style="list-style-type: none"> <li>• поиск визуальных решений;</li> <li>• разработка визуального языка приложения;</li> <li>• микроанимация;</li> <li>• использование элементов фирменного стиля;</li> <li>• создание UI-кита и библиотеки компонентов для разработчика;</li> <li>• презентация итогового проекта.</li> </ul>				
ИТОГО по 3-му семестру	0	0	17	89
ИТОГО по дисциплине	0	0	17	89

### Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	История экранных интерфейсов, особенности визуальной коммуникации мобильных устройств.
2	Гайдлайны платформ iOS, Android и стили, элементы дизайн-систем
3	Работа в Figma, Lunacy, Sketch, Adobe XD, Miro и других редакторах
4	UX исследование, выявление ключевой потребности, CusDev (CJM, CX и др.).
5	Создание пользовательских сценариев, информационная архитектура
6	Создание прототипа приложения.
7	Разработка визуального языка приложения.
8	Использование элементов фирменного стиля.
9	Создание библиотеки компонентов для разработчика. Презентация итогового проекта

## 5. Организационно-педагогические условия

### 5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

### 5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

## 6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
<b>1. Основная литература</b>		
1	Тимофеев Г. С., Тимофеева Е. В. Графический дизайн. Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. 319 с.	6
<b>2. Дополнительная литература</b>		
<b>2.1. Учебные и научные издания</b>		
1	Волкова В. В. Дизайн рекламы : учебное пособие / В. В. Волкова. - Москва Ростов-на-Дону: Университет, Феникс, 1999.	11
2	Дизайн : Основные положения. Виды дизайна. Особенности дизайнерского проектирования. Мастера и теоретики : иллюстрированный словарь-справочник : учебное пособие для вузов / Г. Б. Минервин [и др.]. - Москва: Архитектура-С, 2004.	11
3	Ковешникова Н.А. Дизайн: история и теория : учебное пособие для вузов / Н.А. Ковешникова. - М.: Омега-Л, 2009.	5
<b>2.2. Периодические издания</b>		
	Не используется	
<b>2.3. Нормативно-технические издания</b>		

	Не используется	
<b>3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины</b>		
	Не используется	
<b>4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента</b>		
	Не используется	

## 6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Е. А. Зиновьева Компьютерный дизайн. Векторная графика : Учебно-методическое пособие / Е. А. Зиновьева. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016.	<a href="https://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks87161">https://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks87161</a>	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Основы и язык визуальной культуры : Учебное пособие / сост.: Н. П. Приказчикова, И. В. Беседина. - Астрахань: Астраханский инженерно-строительный институт, ЭБС АСВ, 2014.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks83966">http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks83966</a>	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Ю. В. Веселова Графический дизайн рекламы. Плакат : Учебное пособие / Ю. В. Веселова, О. Г. Семёнов. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012.	<a href="http://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks84717">http://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks84717</a>	локальная сеть; свободный доступ
Основная литература	А. Д. Попов Графический дизайн : Учебное пособие / А. Д. Попов. - Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2016.	<a href="http://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks88380">http://elib.pstu.ru/vufind/Record/iprbooks88380</a>	локальная сеть; свободный доступ

## 6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
ПО для обработки изображений	Adobe Photoshop CS3 Russian (ПНИПУ 2008 г.)

#### **6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
База данных Scopus	<a href="https://www.scopus.com/">https://www.scopus.com/</a>
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	<a href="http://lib.pstu.ru/">http://lib.pstu.ru/</a>
Электронно-библиотечная система Лань	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
Электронно-библиотечная система IPRbooks	<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки	<a href="http://www.diss.rsl.ru/">http://www.diss.rsl.ru/</a>

#### **7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Практическое занятие	компьютер	5
Практическое занятие	проектор	1
Практическое занятие	экран	1

#### **8. Фонд оценочных средств дисциплины**

Описан в отдельном документе
------------------------------

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Пермский национальный исследовательский политехнический  
университет»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине  
«Дизайн мобильных приложений»  
*Приложение к рабочей программе дисциплины*

**Направление подготовки:** 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль)  
образовательной программы:** Реклама и связи с общественностью в  
высокотехнологичных отраслях

**Квалификация выпускника:** Магистр

**Выпускающая кафедра:** Иностранных языков и связей с  
общественностью

**Форма обучения:** Очная

**Курс:** 2

**Семестр:** 3

**Трудоёмкость:**

Кредитов по рабочему учебному плану: 3 ЗЕ

Часов по рабочему учебному плану: 108 ч.

**Форма промежуточной аттестации:**

3 семестр –зачет

Пермь 2023

**Фонд оценочных средств** для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины.

### **1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля**

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (3-го семестра учебного плана) и разбито на 4 учебных темы. В каждой предусмотрены аудиторские практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по практическим занятиям и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КЗ		Зачёт
<b>Усвоенные знания</b>						
<b>3.1</b> знать инструменты бренд-менеджмента (мобильные приложения); инструменты маркетинговых коммуникаций (мобильные приложения) организацию рекламного дела (требования к современному дизайну; особенности визуальной коммуникации мобильных устройств; понятие UX/UI дизайна);		ТО		КЗ		ТВ
<b>3.2</b> знать организацию рекламного дела (требования к современному дизайну; особенности визуальной коммуникации мобильных устройств; понятие UX/UI дизайна);		ТО		КЗ		ТВ
<b>Освоенные умения</b>						
<b>У.1</b> уметь проводить оценку визуального имиджа (мобильные приложения)				КЗ		ПЗ
<b>У.2</b> уметь использовать инструменты проектного управления успешными брендами (мобильные приложения); • формировать имидж и деловую репутацию организации; • продвигать товары (услуги) организации на рынок; • формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта;				КЗ		ПЗ
<b>Приобретенные владения</b>						
<b>В.1</b> владеть навыками разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации посредством мобильных приложений; • использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций (мобильные приложения); разработки мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) (мобильные приложения); • формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного				КЗ		КЗ
<b>В.2</b> владеть навыками проекта и продукта посредством мобильных приложений; • реализации программ				КЗ		КЗ

повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации посредством мобильных приложений.						
--	--	--	--	--	--	--

*С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.*

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

## **2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения**

### **2.1. Текущий контроль усвоения материала**

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

### **2.2. Рубежный контроль**

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме отчета по индивидуальному заданию (кейс-задача) после изучения каждого модуля учебной дисциплины.

#### **2.2.1. Отчет по индивидуальному заданию (кейс-задача)**

Отчет по индивидуальному заданию (кейс-задача) проводится индивидуально каждым студентом или группой студентов. Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

#### **Типовые кейс-задачи:**

1. Анализ универсильных паттернов мобильных приложений разного сегмента.
2. Обзор общих и специальных инструментов разных платформ: авторизация, Face ID и др.
3. Работа с выбранной дизайн системой и визуальное исследование.
4. Создания пользовательского пути для типового мобильного приложения в графическом редакторе.
5. Создание подробной информационной архитектуры мобильного приложения.
6. Исследование User-Flow приложения.
7. Создание Low-FI (вайерфреймного прототипа типового мобильного приложения) в графическом редакторе.
8. Создание гайдлайна проекта.
9. Тестирование выбранного дизайна
- 10.Создание библиотека UI элементов с учетом фирменного стиля. Гибкий дизайн элементов. Кросс-платформенность дизайна.
- 11.Презентация итогового проекта.

12. Работа с user-flow
13. Разработка низкодетального макета мобильного приложения
14. Разработка и исследование пользовательских сценариев
15. Создание подробной информационной архитектуры мобильного приложения.

### 2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения), как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту.

1. Создание макетов мобильного приложения в графическом редакторе по брифу.

#### А) БРИФ НА РАЗРАБОТКУ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ

Путешествия Secret Planet  
(наименование проекта)

##### Общая информация

Фирма-заказчик	Онлайн туркомпания Secret Planet
Вид деятельности	туризм
Слово для логотипа на рус., лат.	Secret Planet
Имеющиеся элементы фирменного стиля (если есть)	отсутствует
Конкурентные преимущества компании (основные, дополнительные, перспективные)	Мы предлагаем сервис по подбору путешествий онлайн. Пользователь определяет даты, бюджет, количество человек, выбирает климат, по референсам выбирает окружение (горы – несколько видов, пляж – несколько, джунгли, города, пустыни и тд) и тд. По данным критериям система подбирает несколько вариантов туров в неочевидные для постоянных путешественников места.
Ценовой диапазон товаров, услуг компании	ценовой сегмент - выше среднего, премиум, люкс
Продолжительность присутствия компании на рынке	2 года, но раньше делали туры по принципу сарафанного радио.
Конкуренты	Классические турфирмы

##### Целевая аудитория

Возраст	<b>25-50</b>
Пол	-
Семейный статус	<b>не замужен/женат, семейные пары без детей, пары со взрослыми детьми (от 7 лет)</b>

Социально-демографические характеристики	<b>Постоянные путешественники, которые хотят открыть планету по-новому, готовы идти на риск, любят неожиданности и сюрпризы.</b>
Степень готовности к восприятию предлагаемой информации	<b>Готовы воспринимать все новое</b>
Степень заинтересованности в услугах/товарах компании	<b>Средняя</b>
Степень осведомленности о компании, о деятельности компании, о предлагаемых товарах/услугах	<b>Низкая</b>

### Маркетинговые цели и задачи

**Сделать процесс выбора следующего путешествия быстрым и приятным.**

**Барьер в сознании потребителя, который необходимо преодолеть**

**Можно отдохнуть хорошо в нетуристическом месте**

### Задание на разработку

	<b>Разработка мобильного приложения</b>
Сформулируйте основную задачу нового/доработанного мобильного приложения	<b>Задача стиля – привлечь новых пользователей, отстройка от конкурентов.</b>

## Б) БРИФ НА РАЗРАБОТКУ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ

Инвестиции RoadmindCapital  
(наименование проекта)

### Общая информация

Фирма-заказчик	Инвестиционная компания RoadmindCapital
Вид деятельности	Инвестиции, поиск стартапов
Слово для логотипа на рус., лат.	RoadmindCapital
Имеющиеся элементы фирменного стиля (если есть)	-
Конкурентные преимущества компании (основные, дополнительные, перспективные)	Мы инвестируем в технологические стартапы – даем им деньги на развитие за долю в компании, помогаем им выйти на международный рынок.
Ценовой диапазон товаров, услуг компании	Инвестиции от 5 млн рублей
Продолжительность присутствия компании на рынке	10 лет в Великобритании и Ирландии

Конкуренты	НТИ, ФРИИ, бизнес-ангелы, Сколково
------------	------------------------------------

### Целевая аудитория

Возраст	-
Пол	-
Семейный статус	-
Социально-демографические характеристики	<b>Молодые компании (их руководители), которым необходимы инвестиции на развитие. Компании проходят жёсткий отбор (актуальность технологии, перспективность, темпы роста)</b>
Степень готовности к восприятию предлагаемой информации	-
Степень заинтересованности в услугах/товарах компании	<b>Высокая</b>
Степень осведомленности о компании, о деятельности компании, о предлагаемых товарах/услугах	<b>Средняя</b>

### Маркетинговые цели и задачи

Если в Вашу компанию инвестировала RoadmindCapital, то успех и колоссальный рост обеспечен.
---

### Барьер в сознании потребителя, который необходимо преодолеть

<b>Надо отдать долю в компании за определенную сумму незнакомым людям.</b>
--

### Задание на разработку

Сформулируйте основную задачу нового/доработанного мобильного приложения	<b>Разработка мобильного приложения Задача стиля – статус компании, отстройка от конкурентов.</b>
--	---

## В) БРИФ НА РАЗРАБОТКУ МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ

Банк Сегодня \_\_\_\_\_  
(наименование проекта)

### Общая информация

Фирма-заказчик	Мобильный банк Today (Сегодня)
Вид деятельности	Финансовые услуги

Слово для логотипа на рус., лат.	Today, банк Today, Сегодня
Имеющиеся элементы мобильного приложения (если есть)	
Конкурентные преимущества компании (основные, дополнительные, перспективные)	Молодой банк, работающий с малым бизнесом. Осуществит сложные банковские операции за 1 клик, за 1 день.
Ценовой диапазон товаров, услуг компании	средний
Продолжительность присутствия компании на рынке	3 года
Конкуренты	Банк Точка, Сбер Бизнес, Рокет банк, Тинькофф, Альфа

### Целевая аудитория

Возраст	<b>20-40</b>
Пол	-
Семейный статус	-
Социально-демографические характеристики	<b>Владельцы малого бизнеса, фрилансеры, молодые люди, которые не хотят сложный банковский продукт, не готовы тратить много времени на изучение вопросов налогообложения, зарплатного проекта, ведения финансов.</b>
Степень готовности к восприятию предлагаемой информации	<b>Готовы воспринимать все новое, опасаются гигантов-черепашек.</b>
Степень заинтересованности в услугах/товарах компании	<b>Каждому бизнесу нужен банк для корпоративного счета, заинтересованность высокая</b>
Степень осведомленности о компании, о деятельности компании, о предлагаемых товарах/услугах	<b>Компания работала в странах восточной Европе, выходит на рынок России.</b>

### Маркетинговые цели и задачи

**Позволить владельцам бизнеса видеть все фин потоки компании в одном приложении и иметь возможность управлять ими с легкостью**

**Барьер в сознании потребителя, который необходимо преодолеть**

**Недоверие к новому на рынке страны банку, барьер – идти в банк, который на слуху, которым пользуются партнеры и знакомые.**

### Задание на разработку

	<b>Разработка мобильного приложения</b>
Сформулируйте основную задачу мобильного приложения	<b>Задача стиля – привлечь новых пользователей банка</b>

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

#### **2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)**

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех лабораторных работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

##### **2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания**

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения предыдущих лабораторных работ студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

##### **2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания**

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки освоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.

###### **2.4.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине**

###### **Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:**

1. Отличительных характеристики дизайна для мобильных устройств на разных этапах эволюции технологии. Отличие дизайна мобильного приложения от веб-версии. Адаптивная верстка сайтов и мобильные приложения.
2. Технологии и дизайн. Мобильный рынок и интерфейс мобильных приложений.
3. Визуальная культура и пользовательские привычки.
4. Особенности гайдлайнов iOS и Android.
5. Дизайн система разных платформ. Молекулярный, атомарный дизайн. Элементы и контроллеры. Методы ввода и управления информацией.
6. Особенности и правовые вопросы использования готовых библиотек.
7. Понятие фреймфорка и юзер-флоу.
8. CJM как основа анализа пользователя. CX, Service Blueprint, JTBD и другие методы анализа пользователя. Целеполагание ПО и построение

гипотезы.

9. UX и UI – отличия и этапность разработки приложения.

10. Дизайн система как основа визуального кода дизайна.

### **Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:**

1. Анализ универсильных паттернов мобильных приложений разного сегмента.
2. Обзор общих и специальных инструментов разных платформ: авторизация, Face ID и др.
3. Работа с выбранной дизайн системой и визуальное исследование.
4. Создания пользовательского пути для типового мобильного приложения в графическом редакторе.
5. Создание подробной информационной архитектуры мобильного приложения.
6. Исследование User-Flow приложения.
7. Создание Low-FI (вайерфреймного прототипа типового мобильного приложения) в графическом редакторе.
8. Создание гайдлайна проекта.
9. Тестирование выбранного дизайна
- 10.Создание библиотека UI элементов с учетом фирменного стиля. Гибкий дизайн элементов. Кросс-платформенность дизайна.
- 11.Презентация итогового проекта.
- 12.Работа с user-flow
- 13.Разработка низкодетального макета мобильного приложения
- 14.Разработка и исследование пользовательских сценариев
- 15.Создание подробной информационной архитектуры мобильного приложения.

### **Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:**

1. Анализ пользовательского пути мобильного приложения, создание CJM
2. Создание макета мобильного приложения
3. Разработка дизайн-системы для создания мобильного приложения
4. Создание макетов мобильного приложения в графическом редакторе по брифу (представлено в п.2.3.).

#### **2.4.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете**

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

### **3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций**

#### **3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций**

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в*

*билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.