



СРЕДНЕЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАНИЕ



BOOK.ru

ЧИТАТЬ ONLINE



УЧЕБНИК

Г.Л. Климова

ОСНОВЫ ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ ДЛЯ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ

КНОРУС

**СООТВЕТСТВУЕТ
ФГОС СПО**

Оглавление

Вступление	6
ЧАСТЬ I	9
Глава 1. ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ И ПОНЯТИЯ ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ	11
История возникновения дизайн-мышления	11
Элементы цикла дизайн-мышления	12
Вопросы для самопроверки	17
Глава 2. ЭМПАТИЯ	18
Выявление проблемы клиента	18
Наблюдение	22
Вопросы для самопроверки	26
Глава 3. ФОКУСИРОВКА	29
Составление плана анализа	29
Карта путешествия клиента	32
Конкурентные и отраслевые тренды	33
Вопросы для самопроверки	37
Глава 4. ПОИСК ИДЕЙ	42
Матрица приоритетов	43
Трансформирование выявленных потребностей в реальную задачу для разработки	45
Сторителлинг как инструмент для обмена знаниями	47
Вопросы для самопроверки	51
Глава 5. ПРОТОТИПИРОВАНИЕ	52
Методика визуализации поэтапного развития продукта Product Evolution Canvas	58

MVP (Minimal Viable Product) — минимально жизнеспособный продукт	61
Вопросы для самопроверки	67
Глава 6. ТЕСТИРОВАНИЕ	68
Валидация и верификация решения	69
Вопросы для самопроверки	73
Проведение эвристической оценки	73
Вопросы для самопроверки	80
Глава 7. РЕФЛЕКСИЯ	81
Ретроспективная оценка процесса	81
Проблемы роста и масштабирования	85
Вопросы для самопроверки	89
Глава 8. ФИЛОСОФИЯ ПРОГРАММИРОВАНИЯ	90
Проектирование взаимодействия	92
Проектирование интерфейса	94
Культура программирования и особенности подхода	102
Вопросы для самопроверки	106
Глава 9. ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ ПРИ РАЗРАБОТКЕ САЙТОВ	107
Вопросы для самопроверки	110
Глава 10. АНАЛИЗ ЮЗАБИЛИТИ САЙТА	111
Стереотипы в UX	111
Вопросы для самопроверки	118
Методика отслеживания движений глаз при просмотре сайта	118
Вопросы для самопроверки	130
Компоновка страниц	130
Навигация	135
Вопросы для самопроверки	138
Основные элементы веб-дизайна	138
Вопросы для самопроверки	143
ЧАСТЬ II	145
Глава 11. ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОПЫТА И СТАДИИ РАЗРАБОТКИ ПРОДУКТА	147
Роль и место процессов разработки товаров и услуг в деятельности современной компании	147
Вопросы для самопроверки	154
Подходы к разработке новых товаров и услуг: ориентированные на продукт и ориентированные на клиента	154
Вопросы для самопроверки	159

Глава 12. РАЗРАБОТКА ПРОДУКТА: НОВЫЕ ПОДХОДЫ	160
Этические проблемы разработки новых товаров и услуг	
Общество «выбрасывающих» (throwaway society)	160
Социально-этичный маркетинг	164
Модель Кано для определения функций продукта	169
Вопросы для самопроверки	172
Глава 13. РАЗРАБОТКА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДОЛОГИИ DEVOPS	173
Сотрудничество (подходы к командной работе)	175
Вопросы для самопроверки	183
Формирование близости между отдельными сотрудниками и командами	183
Вопросы для самопроверки	187
Экосистема инструментов	187
Вопросы для самопроверки	190
Критические точки при масштабировании проектов	191
Взаимодействие между командами и организациями	195
Вопросы для самопроверки	196
Глава 14. ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ В БИЗНЕСЕ	197
Этапы создания стартапа	199
Вопросы для самопроверки	203
Матрица «путей роста» (матрица Ансоффа)	203
Вопросы для самопроверки	206
Антропоцентричный дизайн (human design)	206
Вопросы для самопроверки	213
Особенности разработки услуг	213
Вопросы для самопроверки	219
Заключение	220
Литература	222