

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Иркутский национальный исследовательский технический университет»**

Структурное подразделение Ювелирного дизайна и технологий

Фонд оценочных средств

«ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ»

Направление: 29.04.04 Технология художественной обработки материалов

Программа: Цифровые технологии в дизайне ювелирных изделий с использованием
камнесамоцветного сырья Сибири

Квалификация: Магистр

Форма обучения: Очная

Составитель программы: Лобацкая Р.М., Павлова Е.Г.

Год набора - _____

Иркутск 2023 г.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1 Дисциплина «Дизайн-мышление в цифровую эпоху» обеспечивает формирование следующих компетенций с учётом индикаторов их достижения

Код, наименование компетенции	Код индикатора компетенции
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1
ОПК-2 Способен анализировать и использовать знания фундаментальных наук при разработке новых художественных материалов, художественно-промышленных объектов и технологий	ОПК-2.1
ОПК-9 Способен анализировать и прогнозировать потребности товарных рынков в художественных материалах и художественно-промышленных объектах	ОПК-9.3

1.2 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы

Код индикатора	Содержание индикатора	Результат обучения
УК-6.1	Способен к самоорганизации и самоанализу для совершенствования результатов этапов работы и определения приоритетов в проектной деятельности	Знать: главные принципы самоорганизации, рефлексии и самоанализа в процессе проведения проектной деятельности; Уметь: осуществлять расстановку приоритетов, целей и задач; реализовывать деятельность по самоорганизации в процессе проведения работы; анализировать результаты этапов и производить дальнейшую корректировку планов; Владеть: навыками самоорганизации, самоанализа, расстановки приоритетов, навыками формулирования целей, задач и осуществления корректировки работы на всех этапах;
ОПК-2.1	Способен анализировать и генерировать новые знания на базе фундаментальных наук, знать технологии производства для создания инновационного художественного продукта, способен предлагать методы и средства их	Знать: основанные на базе знаний фундаментальных наук методы и принципы разработки и получения инновационного продукта в ювелирной отрасли Уметь: создавать инновационный ювелирный продукт, представлять и доносить его в цифровой среде до

	цифровой трансформации	потенциального потребителя Владеть: методами и средствами цифровой трансформации ювелирного производства
ОПК-9.3	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций при продвижении созданных продуктов дизайна на основе системного подхода, анализировать потребности рынка, выработать стратегию действий, ориентируясь на психологию и социальный запрос целевой аудитории	Знать: главные принципы философии и методологии дизайн мышления и цифровой трансформации в ювелирной отрасли. Уметь: ориентироваться на конкретную целевую аудиторию, анализировать потребности рынка при создании инновационного продукта в ювелирном дизайне Владеть: методами продуцирования оригинальных и неожиданных решений, выработать стратегию действий при создании системы взаимодействия «инновационная разработка – ее грамотное представление в цифровой среде – вовлеченный потребитель – обратный отклик»

2. Оценочные средства для проведения текущего контроля

2.1 Входной контроль (ВК)

Описание процедуры:

Входной контроль по дисциплине «Дизайн мышление в цифровую эпоху» осуществляется на первом практическом занятии в форме экспресс-опроса на остаточные знания предшествующих дисциплин

Вопросы к экспресс-опросу:

1. Сформулируйте понятие «цифровая эпоха»
2. Сформулируйте понятие «цифровая трансформация»
3. Сформулируйте понятие «дизайн мышление» так, как вы его понимаете в настоящий момент
4. Объясните, как в данный момент вы представляете понятия «искусственный интеллект», «нейросети» и возможности их использования в искусстве и дизайне?

Критерии оценки: Уровень готовности к восприятию курса оценивается по качеству данных ответов. Недостаток знаний восполняется в процессе коллективной дискуссии на базе данных ответов.

2.2 Тест

Описание процедуры текущего контроля: После изучения каждого раздела темы студенты отвечают на 10 тестовых вопросов различного типа в системе Moodle, на выполнение которого отводится 40 мин.

Процент правильных/неправильных ответов выдается автоматически в процентах и баллах Обучающийся, получивший менее 60 баллов, проходит тест повторно.

Примеры тестовых вопросов по основным разделам дисциплины (правильные ответы выделены жирным шрифтом)

№1. Введение в дисциплину. Дизайн мышление, как философия и методология инновационной творческой деятельности в цифровую эпоху

1. Что представляет собой дизайн мышление?
 - a) **Философия и методология инновационной творческой деятельности.**
 - b) Процесс создания дизайнерских изделий.
 - c) Использование графических инструментов для воплощения идей.

2. Какие основные принципы лежат в основе дизайн мышления?
 - a) Повторение стандартных решений, использование готовых шаблонов.
 - b) Аналитический подход, точное выполнение инструкций, строгое соблюдение сроков.
 - c) **Ориентация на пользователя, творческое мышление, итеративный процесс.**

3. Какие преимущества имеет применение дизайн мышления в инновационной творческой деятельности?
 - a) Не имеет практического значения и применяется только в сфере искусства.
 - b) Ограничивает творческую свободу и инновационность работы.
 - c) **Способствует генерации новых идей, решению сложных проблем, улучшению пользовательского опыта.**

4. Что обозначает итеративный процесс в дизайн мышлении?
 - a) Однократное создание идеи без дальнейшей корректировки и развития.
 - b) **Последовательное повторение циклов планирования, исследования, создания и тестирования.**
 - c) Использование готовых шаблонов без изменений.

5. Какое значение имеет ориентация на пользователя в дизайн мышлении?
 - a) **Удовлетворение потребностей и предпочтений пользователей, создание более удобного и привлекательного продукта.**
 - b) Игнорирование потребностей пользователей и фокус на внутренних потребностях компании.
 - c) Не влияет на успешность проекта.

№2 Digital-art, ИИ и нейросети в создании произведений искусства

1. Что такое digital-art?
 - a) Традиционное искусство, созданное с использованием цифровых материалов.
 - b) **Искусство, созданное с использованием компьютерных технологий и программного обеспечения.**
 - c) Искусство, созданное исключительно с помощью цифровых камер и фотографической обработки.

2. Какие инструменты и программы используются в digital-art?
 - a) **Графические планшеты, графические редакторы, программы для создания 3D-моделей.**
 - b) Пастель, акварель, кисти и наборы масел.
 - c) Пишущие ручки, карандаши, мольберты и холсты.

3. Какие преимущества имеет digital-art по сравнению с традиционными формами искусства?
 - a) Ограниченные возможности творчества и неудобство в работе за компьютером.
 - b) Более высокая ценность произведений, возможность ручной работы и наличие физического экземпляра.
 - c) **Возможность легко исправлять ошибки, сохранять и восстанавливать проекты и быстро делиться работами в цифровом формате.**

4. Какие стили и направления искусства могут быть воплощены в digital-art?
- Реализм, абстракция, фантазия, комиксы, цифровые коллажи и многое другое.**
 - Только классическое искусство с фотографической точностью.
 - Только сюрреализм и экспериментальное искусство.
5. Какое значение имеет digital-art в современном мире и искусстве?
- Digital-art не имеет значения и не признается в мире искусства.
 - Развитие современных технологий позволяет расширить границы искусства и вносить новые техники, эффекты и инструменты.**
 - Digital-art устраняет необходимость вручную создавать произведения искусства.
6. Что такое искусственный интеллект (ИИ)?
- Компьютерная система, способная имитировать интеллектуальные способности человека.**
 - Персональный ассистент для выполнения задач в повседневной жизни.
 - Программа, позволяющая создавать и редактировать произведения искусства.
7. Какие преимущества имеет использование нейросетей в создании произведений искусства?
- Ограниченные возможности искусства и недостаточное качество произведений.
 - Быстрое и точное воспроизведение изображений в цифровом формате.
 - Возможность генерации уникальных и оригинальных работ, инспирированных стилями искусства из прошлого.**
8. Какой вид произведений искусства могут создавать нейросети?
- Графические изображения, музыкальные композиции, тексты и многое другое.**
 - Только реалистические фотографии и портреты.
 - Только абстрактные картины.
9. Каким образом нейросети могут сотрудничать с художниками?
- Нейросети заменяют художников и создают искусство без участия человека.
 - Нейросети могут использоваться в качестве инструмента для вдохновения и дополнения идей художника.**
 - Нейросети не могут сотрудничать с художниками.
10. Какое значение имеют ИИ и нейросети в развитии искусства?
- Использование ИИ и нейросетей ограничивает креативность и оригинальность искусства.
 - ИИ и нейросети не имеют значения в искусстве и не признаются в качестве творцов.
 - ИИ и нейросети расширяют возможности художников, вносят новые техники, стили и перспективы в искусство.**

№ 3. Инновационная деятельность в разработке не цифрового продукта, как основа цифровой трансформации и в ювелирной отрасли.

1. Что такое инновационная деятельность в контексте разработки нецифрового продукта в ювелирной отрасли?
- Применение новых и уникальных идей, технологий и процессов для создания улучшенных ювелирных изделий.**
 - Использование только традиционных методов и подходов при создании ювелирных изделий.
 - Процесс изготовления ювелирных изделий без каких-либо инноваций.

2. Как инновационная деятельность служит основой для цифровой трансформации в ювелирной отрасли?
- a) Цифровая трансформация не требуется в ювелирной отрасли.
 - b) Через применение цифровых технологий, таких как 3D-моделирование и лазерная обработка, для более эффективного и точного процесса проектирования и изготовления ювелирных изделий.**
 - c) Цифровая трансформация ограничивает возможности и креативность в создании ювелирных изделий.
3. Какие преимущества приносит инновационная деятельность в ювелирной отрасли?
- a) Увеличение производительности, повышение качества, улучшение пользовательского опыта и расширение ассортимента продукции.**
 - b) Ограничение возможностей роста и развития ювелирной отрасли.
 - c) Инновационная деятельность не влияет на ювелирную отрасль.
4. Какие новые технологии и методы применяются в инновационной деятельности в ювелирной отрасли?
- a) Инновационная деятельность не предполагает использование новых технологий.
 - b) Только традиционные методы и инструменты использовались в прошлом.
 - c) 3D-моделирование, лазерная обработка, современные материалы и разработка новых дизайнерских элементов.**
5. Как инновационная деятельность способствует развитию ювелирной отрасли?
- a) Позволяет создавать уникальные и новаторские ювелирные изделия, отвечающие потребностям современных клиентов и создающие конкурентное преимущество на рынке.**
 - b) Инновационная деятельность не имеет влияния на развитие ювелирной отрасли.
 - c) Инновационная деятельность только затрудняет и замедляет развитие ювелирной отрасли.

№ 4 Определение целевой аудитории и психологии ее потребительских ожиданий в цифровой среде

1. Что означает определение целевой аудитории в цифровой среде?
- a) Идентификация и анализ группы людей, которая является основными потенциальными пользователями или клиентами в конкретном цифровом проекте или бренде.**
 - b) Привлечение всех пользователей социальных сетей в качестве целевой аудитории.
 - c) Игнорирование потребностей и предпочтений пользователей в цифровой среде.
2. Какая роль играет психология в определении потребительских ожиданий целевой аудитории?
- a) Психология относится только к научным исследованиям и не применяется в цифровой среде.
 - b) Психология не имеет значения при определении потребительских ожиданий в цифровой среде.
 - c) Психология помогает понять мотивации, потребности и предпочтения целевой аудитории для создания целевой рекламы и контента.**
3. Что включает потребительская психология в цифровой среде?
- a) Изучение влияния цифровых интерфейсов, цветовой палитры и пользовательского опыта на отношение и решения потребителей.**

- b) Процесс создания логотипов и изображений бренда в цифровом формате.
- c) Ограничивает факторы, влияющие на потребительские ожидания в цифровой среде.

4. Каким образом определение потребительских ожиданий в цифровой среде помогает бизнесу?

- a) Определение потребительских ожиданий не имеет значения для бизнеса.
- b) Определение потребительских ожиданий только затрудняет процесс разработки продукта.
- c) **Позволяет бизнесу создавать контент и продукты, которые лучше соответствуют потребностям и предпочтениям целевой аудитории.**

5. Какое значение имеет понимание психологии потребителей в цифровой среде для эффективных маркетинговых стратегий?

- a) **Позволяет создавать персонализированный контент и рекламу, которые привлекают, вовлекают и удерживают потенциальных клиентов.**
- b) Психология потребителей не имеет влияния на маркетинг в цифровой среде.
- c) Маркетинг в цифровой среде не требует понимания психологии потребителей.

№5 Главные принципы цифровой трансформации ювелирного предприятия

1. Что означает цифровая трансформация в контексте ювелирного предприятия?

- a) Обновление и замена традиционных ювелирных методов цифровыми аналогами.
- b) **Процесс внедрения цифровых технологий и инновационных подходов для оптимизации бизнес-процессов и улучшения результатов предприятия.**
- c) Отказ от использования технологий и стандартов для возврата к традиционным ювелирным методам.

2. Какие принципы лежат в основе цифровой трансформации ювелирного предприятия?

- a) Использование цифровых технологий без учета потребностей клиентов и затрат.
- b) Сохранение традиций и старых методов работы, ограничение изменений и инноваций.
- c) **Инновации, автоматизация, цифровизация бизнес-процессов, персонализация и улучшение пользовательского опыта.**

3. Какие изменения могут произойти в бизнес-процессах в результате цифровой трансформации ювелирного предприятия?

- a) **Упрощение и автоматизация операций, улучшение работы с клиентами, оптимизация производства и сбыта продукции.**
- b) Ограничение возможностей искусства и декоративного воплощения идей в ювелирных изделиях.
- c) Отказ от использования компьютеров и социальных сетей в рабочих процессах.

4. Как важно включение клиентов в цифровую трансформацию ювелирного предприятия?

- a) **Критически важно, чтобы учесть потребности клиентов и улучшить их личный опыт взаимодействия с предприятием.**
- b) Отсутствие роли клиентов в цифровой трансформации ювелирного предприятия не важно.
- c) Вовлечение клиентов только ухудшает результаты цифровой трансформации.

5. Какие преимущества может принести цифровая трансформация ювелирного предприятия?

- a) Цифровая трансформация не приносит преимуществ ювелирному предприятию.

- b) **Расширение клиентской базы, улучшение качества продукции и услуг, повышение конкурентоспособности и повышение эффективности бизнеса.**
- c) Преимущества цифровой трансформации ограничены сферой цифровых технологий.

№6 Универсальный дизайн

1. Что означает термин "универсальный дизайн"?

- a) **Дизайн, который учитывает потребности и способности разнообразных пользователей без необходимости адаптации или специальных модификаций.**
- b) Дизайн, который ориентирован только на определенную группу пользователей.
- c) Дизайн, который устарел и не учитывает современные требования пользователей.

2. Какие применения может иметь универсальный дизайн?

- a) **Универсальный дизайн может применяться в различных областях, таких как архитектура, продуктовый дизайн, веб-дизайн и т. д.**
- b) Универсальный дизайн имеет ограниченные области применения и используется только в одной отрасли.
- c) Универсальный дизайн не имеет практического применения.

3. Какие принципы лежат в основе универсального дизайна?

- a) **Гибкость, простота использования, понятность, безопасность, равный доступ и эстетика.**
- b) Сложность, ограничение доступа, недоступность и неоднородность.
- c) Отсутствие принципов - универсальный дизайн не руководствуется никакими принципами.

4. Каким образом универсальный дизайн способствует включению всех пользователей?

- a) **Путем учитывания потребностей разных пользователей и создания решений, которые могут быть использованы всеми без исключения.**
- b) Универсальный дизайн не помогает включению всех пользователей.
- c) Универсальный дизайн только ориентирован на определенную группу пользователей.

5. Какое значение имеет универсальный дизайн в современном обществе?

- a) **Универсальный дизайн играет критически важную роль в создании доступного и инклюзивного окружающего пространства для всех людей.**
- b) Универсальный дизайн не имеет значения в современном обществе.
- c) Универсальный дизайн создает барьеры и ограничения для разнообразных пользователей.

6. Что подразумевается под универсальным дизайном ювелирных изделий?

- a) Дизайн, который не учитывает потребности и предпочтения разнообразной аудитории.
- b) Дизайн, который ориентирован только на определенную группу пользователей.
- c) **Дизайн, который учитывает различные потребности и физические особенности пользователей без необходимости дополнительной адаптации или модификации изделий.**

7. Что может включать универсальный дизайн ювелирных изделий?

- a) **Регулируемые размеры и длины, безопасные и устойчивые к износу материалы, удобное крепление и закрытие замков, подходящие для разных типов тела и стилей одежды.**
- b) Неограниченное разнообразие дизайнов без учета потребностей разных пользователей.
- c) Ограниченный выбор стандартных размеров и форм без возможности настройки под индивидуальные предпочтения и особенности пользователя.

8. Как универсальный дизайн ювелирных изделий способствует включению всех пользователей?

- a) Отказом от создания индивидуальных дизайнов для разных групп пользователей.
- b) **Созданием изделий, которые могут быть носимыми и комфортными для широкого круга пользователей с разными физическими особенностями.**
- c) Универсальный дизайн не влияет на включение пользователей в выбор ювелирных изделий.

9. Какое значение имеет универсальный дизайн в ювелирной индустрии?

- a) **Универсальный дизайн открывает доступ к качественным и привлекательным ювелирным изделиям для широкой аудитории и создает доминирующую позицию на рынке.**
- b) Универсальный дизайн не имеет особого значения в ювелирной индустрии.
- c) Универсальный дизайн ограничивает творческую свободу и индивидуальность в ювелирных изделиях.

10. Как универсальный дизайн ювелирных изделий влияет на пользовательский опыт?

- a) Универсальный дизайн не имеет влияния на пользовательский опыт.
- b) **Универсальный дизайн создает более удобные, функциональные и визуально привлекательные изделия, повышая удовлетворенность и уровень комфорта пользователей.**
- c) Универсальный дизайн ограничивает возможности пользователя для индивидуального стиля и предпочтений.

№ 7 Инструментарий продвижения продукта творческой деятельности в цифровую эпоху

1. Какие основные инструменты продвижения продукта творческой деятельности доступны в цифровую эпоху?

- a) **Социальные медиа, веб-сайты, влиятельные бло-геры и платформы для онлайн-продаж.**
- b) Только традиционные формы рекламы, такие как телевизор и печатные издания.
- c) Нет необходимости в продвижении продукта в цифровой эпохе.

2. Какая роль социальных медиа играет в продвижении продукта творческой деятельности?

- a) Социальные медиа ограничивают возможности продвижения продукта.
- b) Социальные медиа не оказывают значимого влияния на продвижение продукта творческой деятельности.
- c) **Социальные медиа предоставляют платформу для промоушна, взаимодействия с аудиторией, создания бренда и распространения контента.**

3. Какая роль у веб-сайтов в продвижении продукта творческой деятельности?

- a) **Веб-сайты служат центральной площадкой для представления и продажи продукта, а также для установления связи с клиентами и информирования о новостях.**
- b) Веб-сайты не имеют значения в продвижении продукта творческой деятельности.
- c) Веб-сайты создают дополнительные сложности в продвижении продукта.

4. Что предоставляют влиятельные блогеры в контексте продвижения продукта творческой деятельности?

- a) Влиятельные блогеры не играют существенной роли в продвижении продукта творческой деятельности.
- b) Блогеры имеют широкую аудиторию и могут помочь продвигать продукт через рекомендации, обзоры и спонсорские публикации.**
- c) Влиятельные блогеры ограничивают возможности продвижения продукта.

5. Какое значение имеет платформа для онлайн-продаж в продвижении продукта творческой деятельности?

- a) Платформы для онлайн-продаж предоставляют возможность продажи продукта непосредственно потребителям, упрощая процесс и увеличивая доступность.**
- b) Онлайн-продажи не имеют роли в продвижении продукта творческой деятельности.
- c) Платформы для онлайн-продаж усложняют процесс продвижения продукта.

2.3 Лабораторные работы Выполнение лабораторных работ осуществляется для проверки качества освоения компетенций УК-6.1; ОПК-2.1; и ОПК-2.9. Качество выполнения лабораторных работ оценивается преподавателем по пятибалльной шкале согласно критериям:

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Оригинальный, грамотный подход к выполнению работы, получение практического реализуемого результата	Грамотный, но достаточно стандартный подход к выполнению работы, получение практического реализуемого результата при условии доработки решения	Стандартный подход к выполнению работы, наличие существенных ошибок, получение практического реализуемого результата при условии существенной доработки решения	Работа не выполнена

Лабораторные занятия проводятся согласно рабочей программы дисциплины:

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА №1 (УК-6.1) Дизайн-мышление и использование программ ИИ и нейросетей в организации контента ювелирных изделий

В процессе выполнения лабораторной работы обучающиеся знакомятся с различными типами программных продуктов ИИ и нейросетей, используемых при создании произведений искусства и дизайна и их конкретным функциональным назначением. Проходят регистрацию на сайте для совместной работы в онлайн-редакторе (свободного доступа) для разработки прототипов и создания интерфейса в браузере, а также составляют собственную концепцию, опираясь на бизнес модель — что продает, кто этим пользуется и в чем отличие от существующих решений (технологий).

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА №2 (ОПК-2.1) Специфика дизайн-мышления в структурировании цифрового продукта с помощью различного рода промтов и их генерации с помощью Chat GPT. Магистранты знакомятся с возможностями технологий ИИ для мониторинга ключевых запросов при помощи поисковиков типа Chat GPT и создания промтов, сервисов внешней и внутренней аналитики, а также с интерфейсом графического онлайн-редактора для создания контента и управления им.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА №3 (ОПК-2.1; ОПК-9.3) Разработка стратегии дизайн-проекта для конкретной целевой аудитории на базе программных продуктов ИИ. Магистранты знакомятся с основными приемами ИИ для создания образа и характеристики целевой аудитории (основной и косвенной) для определения ее типа, работают с интерфейсом графического онлайн-редактора для создания элементов обратной связи с клиентом, а также программы лояльности.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА №4 (УК-6.1; ОПК-2.1; ОПК-9.3) Методы разработки креативных концепций с помощью программных продуктов ИИ. Магистранты работают одной (двумя) командами для составления сленга компании, используя методы (провокация, поисковые ассоциации, гроздь бананов, Франкештейн, контрольной таблицы Осборна и др.), используют поисковик Chat GPT интерфейс графического онлайн-редактора для заполнения контента иллюстративным материалом с помощью программ типа «Midjourney», «Leonardo», «Кандинский» и мн. др., дополняют найденный сленг.

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА №5 (ОПК-9.3) Разработка концепции универсального дизайна ювелирных изделий на основе образа целевой аудитории созданного с помощью промптов.

Обучающиеся работают единой командой, «накидывают» различные идеи для создания универсального дизайна ювелирных изделий, учитывая в своих предложениях его основные принципы: (равенство в использовании, гибкость в использовании, простой и интуитивно понятный дизайн, легко воспринимаемая информация, допустимость ошибки, низкое физическое усилие, размер и пространство для доступа и использования).

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА №6 (ОПК-9.3) Демонстрация и защита разработанного с использованием ИИ - технологий одностраничного сайта для продуктов ювелирной отрасли

Обучающиеся демонстрируют на экране свой контент, озвучивают основную идею, отмечают его основные отличия от аналогов. Отвечают на возникшие вопросы однокурсников, преподавателя.

3. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

3.1. Критерии и средства (методы) оценивания индикаторов достижения компетенций теоретической части курса в рамках промежуточной аттестации

Индикатор достижения компетенции	Критерий оценивания	Средства (методы) оценивания промежуточной аттестации
УК-6.1 Способен к самоорганизации и самоанализу для совершенствования результатов этапов работы и определения приоритетов в проектной деятельности	Грамотно распределяет ресурсы, время; способен к самоорганизации и самоанализу; расставляет приоритеты, цели и задачи в рамках профессиональной деятельности;	Тест
ОПК-2.1 Способен анализировать и генерировать новые знания на базе фундаментальных наук, знать технологии производства для создания инновационного художественного продукта, способен предлагать методы и средства их цифровой трансформации	Способен на основе принципов дизайн-мышления моделировать технологические процессы на основе цифровой трансформации производства инновационных ювелирных материалов и ювелирных изделий, предлагает дружественные по отношению к пользователям ювелирные продукты и услуги по их использованию	Тест
ОПК-9.3 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций при продвижении созданных продуктов дизайна на основе системного подхода, анализировать потребности рынка, выработать стратегию действий, ориентируясь на психологию и социальный запрос целевой аудитории	Понимает различие между двумя принципиальными типами мышления: аналитическим и творческим. Способен принимать решения и выработать стратегию действий для достижения цели на основе концентрации неожиданных идей	Тест; Устные ответы на вопросы

3.2 Оценочные средства и для проведения экзамена

Экзамен состоит из двух частей:

Первая часть включает -тестирование;

30 тестовых вопросов различного типа в системе Moodle - по 10 вопросов на каждую из 3-х компетенций, составленных по результатам изучения дисциплины. В день экзамена в системе Moodle открывается итоговый тест, на выполнение которого отводится 40 мин. Количество попыток - одна. Процент правильных/неправильных ответов выдается автоматически в процентах и баллах и оценивается по следующим образом: за 50-70% правильно выполненных заданий ставится оценка “3”, за 71-85% правильно выполненных заданий ставится оценка “4”, за более 85% правильно выполненных заданий ставится оценка “5”.

Вторая часть включает -защиту разработанного одностраничного сайта для демонстрации продукта ювелирной отрасли или иных предложений магистранта для работы в цифровой среде, в процессе которой обучающемуся задают 2-3 вопроса.

Перечень вопросов для экзаменационного теста

Вопросы для проверки компетенции УК-6.1 Способен к самоорганизации и самоанализу для совершенствования результатов этапов работы и определения приоритетов в проектной деятельности

Вопрос 1. Почему формирование дизайн-мышления является столь важным аспектом в эпоху цифровизации современной экономики? **Ответ** (множественный выбор): а. Дизайн-мышление настраивает человека на новые идеи в дизайне; б. Дизайн-мышление – это новая методология и соответствующий ей инструментарий, ставящие человека, как такового и его запросы во главу угла в цифровой среде; в. Дизайн-мышление – это философия творческой деятельности в цифровую эпоху.

Вопрос 2. Благодаря чему дизайн- мышление позволяет создавать и успешно продвигать нецифровые продукты в цифровой среде? **Ответ:** а. принципу «интересы организации – превыше всего», грамотно выполненная на базе ИИ реклама заставить приобретать любой товар; б. принципу «запросы клиентов превыше всего» – цифровая трансформация при создании дизайнерского продукта с помощью программ ИИ, в соответствии с запросами клиентов однозначно решит проблему сбыта продукции; в. Долговременной стратегии «клиент во главе угла на всех этапах»: создание продукты с помощью программ ИИ в соответствии с предварительным изучением спроса посредством программ ИИ, продвижение товара с учетом нюансов сбыта посредством программ ИИ и грамотной аналитики.

Вопрос 3. Верно ли, что цифровая трансформация в создании и продвижении продуктов дизайна связана с появлением программных средств искусственного интеллекта (ИИ) и нейросетей. **Ответ:** а. Да, цифровая трансформация в создании и продвижении продуктов дизайна связана с появлением программных средств искусственного интеллекта (ИИ) и нейросетей; б. Нет, цифровая трансформация в создании и продвижении продуктов дизайна не связана с появлением программных средств искусственного интеллекта (ИИ) и нейросетей; в. Частично верно, цифровая трансформация в создании и продвижении продуктов дизайна связана с появлением программных средств искусственного интеллекта (ИИ) и нейросетей, но также есть другие факторы; г. Результаты исследований пока не дают однозначного ответа на данный вопрос, так как мнения экспертов разделяются.

Вопрос 4. Может ли изменение в дизайн-мышлении и формирование новых программных продуктов ИИ вытеснить труд квалифицированных дизайнеров с рынка труда? **Ответ:** а.

Да, может, поскольку человек не в состоянии учесть все нюансы запросов потребителей и технических возможностей художественного воплощения продукта дизайна; б. Нет, не может, это только инструмент, помогающий человеку более точно реализовать творческую идею, более быстро подобрать оптимальное техническое решение для ее воплощения; в. Роль человека будет становиться все более и более ограниченной, поскольку ИИ возьмет на себя все функции в создании идеи, ее технической реализации и продвижении товара на рынок.

Вопрос 5. На каких из этапов разработки и продвижения продуктов дизайна наиболее важно обращение к созданию образа потенциального потребителя? **Ответ:** а. До начала разработки продукта; б. На этапе разработки продукта; в. На этапе продвижения продукта; г. На каждом из этапов посредством гибкой стратегии действий.

Вопрос 6. Существует мнение, что с развитием программных продуктов ИИ необходимость в аналитике и принятии решений человеком сведется к минимуму или вообще отпадет? **Ответ** (простой выбор): да/**нет**

Вопрос 7. Дизайнерская фирма, выпускающая нецифровую продукцию, пригласила в критической для производства ситуации на работу системного аналитика, владеющего навыками оперирования в современной цифровой среде, но не обладающего специальными знаниями в конкретной области дизайна. Сможет ли он разработать грамотную стратегию выхода фирмы из кризиса? **Ответ** (простой выбор): да/**нет**

Вопрос 8. Перед системным аналитиком стоит задача сбора и обработки информации для корректировки внешнего облика и функционала разработанного фирмой дизайнерского продукта. К каким программным средствам он должен обратиться в первую очередь? **Ответ** (написать краткий ответ в тесте): а. «Midjourney», б. «Chat GPT»; в. «Кандинский»; г. «Leonardo. AI», иное по своему усмотрению.

Вопрос 9. Можно ли с помощью программных продуктов ИИ и нейросетей гарантировано избежать ошибок в создании и продвижении продуктов дизайна, возникающих по вине человека? **Ответ** (множественный выбор): а. Можно со стопроцентной гарантией; б. Нельзя гарантировать, что где-то не произойдет технический сбой; в. Нельзя гарантировать сбой и ошибки за счет человеческого фактора, который всегда имеет место; г. Можно, поскольку ИИ исключает человека из процесса на всех этапах.

Вопрос 10. Можно ли при разработке и продвижении совершенно новых, неизвестных ранее, продуктов дизайна повлиять на целевую аудиторию и вызвать ажиотажный спрос? Если да, то с помощью какого инструментария? **Ответ:** а. Ажиотажный спрос неизвестным продуктом вызвать нельзя, это длительный процесс, результат продуманной стратегии; б. Ажиотажный спрос на новый продукт вызвать можно, если на начальных этапах его разработки, с помощью грамотной аналитики на базе ИИ создать грамотную многоэтапную стратегию; в. Ажиотажный спрос – это всегда результат хорошо продуманной «агрессивной» рекламной компании.

Вопросы для проверки компетенции ОПК-2.1 Способен анализировать и генерировать новые знания на базе фундаментальных наук, знать технологии производства для создания инновационного художественного продукта, способен предлагать методы и средства их цифровой трансформации

Вопрос 11. Ваша фирма решила выпустить линейку ювелирных изделий разного назначения: личные украшения, сувенирно-подарочная продукция, интерьерные изделия (каминные, настольные, настенные) в одном стиле. Вы в команде дизайнеров, приступивших к разработке, на начальном этапе каждому члену команды поручен

индивидуальный поиск и эскизная проработка предложений. Программу, стратегию, инструментарий каждый выбирает самостоятельно. Что из предложенного выберите вы? **Ответ** (множественный выбор): а. Начну с оценки возможностей программ визуализации художественных идей; б. Начну с разработки программы и выбора стратегии; в. Начну с разработки программы работ, выбора стратегии и предполагаемых технологий, опираясь на Chat GPT; г. Создам визуальные ряды изделий в разных художественных стилях на базе нескольких программ ИИ; д. Выберу, опираясь на собственную идею, традиционную технологию, как наиболее надежную, а в соответствие с ней начну художественный поиск.

Вопрос 12. (ОПК-1.7) При выборе цифровой технологии вам необходима программа, возможности которой не имеют ограничений. Остановите ли вы свой выбор на программном продукте ИИ «Кандинский»? **Ответ** (множественный выбор): а. Возможности этой программы ограничены набором художественных стилей, не выберу; б. Возможности ничем не ограничены, кроме верного написания запроса (промпта), выберу однозначно; в. Возможности ограничены набором имен художников, которым может подражать система, не выберу; г. Возможности в целом ограничены, поскольку программа может создавать только живописные произведения, не выберу однозначно.

Вопрос 13. При выборе цифровой технологии необходима программа с высокой скоростью действия имеющая универсальный характер как для создания изображений, так и для моментального поиска информации по заданному запросу? Подходит ли данной задачи продукт ИИ «Midjourney»? **Ответ:** а. Да, программа имеет универсальный характер, выберу однозначно; б. Программа имеет универсальный характер, но лучше справляется с задачами создания произведений искусства, выберу с некоторыми колебаниями; в. Программа предназначена исключительно для создания произведений искусства и как универсальный продукт не подходит для использования.

Вопрос 14. Решая задачу создания нового дизайнерского продукта с возможностью последующей корректировки созданного изображения, какую из программ ИИ вы выберете? **Ответ:** а. «Кандинский», б. «Leonardo. AI», в. «Midjourney»

Вопрос 15. Что такое «стабильная диффузия» и для какой цели выбираются именно эти программы ИИ? **Ответ:** а. Используется для создания новых изображений на основе уже имеющихся, преобразуя их, используется для получения нового художественного продукта из фотографий, рисунков или продуктов других дизайнеров; б. Используется для создания нового дизайнерского продукта с нуля, выбранные программы со Stable Diffusion позволяют дополнять и корректировать полученное изображение по своему усмотрению; в. Используется для создания 3D изображений по предложенному 2D макету.

Вопрос 16. Как называется текст запроса, который предлагается программе ИИ для преобразования его в желаемый художественный визуальный продукт? **Ответ:** а. табулятор; б. предиктор; в. промт; г. груммер

Вопрос 17. Какие из перечисленных программных продуктов ИИ предназначены для получения художественных изображений? **Ответ** (множественный выбор): а. NightCafe Studio; б. Midjourney; в. Chat GPT; г. Masterpiece Studio; д. Vana Portrait

Вопрос 18. Фирма поручила вам, как дизайнеру, в течение ближайших часов создать серию аватаров для авторов новых разработок и разместить их в корпоративной сети. Какой из нижеперечисленных программ вы воспользуетесь? **Ответ:** а. NightCafe Studio; б. Midjourney; в. Chat GPT; г. Masterpiece Studio; д. DreamPic.AI

Вопрос 19. Какая из современных технологий ИИ обладает возможностью самого быстрого поисковика и генератора текстов по конкретным запросам? **Ответ:** а. NightCafe Studio; б. Midjourny; в. Chat GPT; г. Masterpiece Studio; д. DreamPic.AI

Вопрос 20. Какую технологию ИИ вы выберете для разработки документации продвижения вашего дизайнерского продукта на рынок? **Ответ:** а. Midjourny; б. Chat GPT; в. Stenography; г. Masterpiece Studio; д. Digital First AI.

Вопросы для проверки освоения компетенции ОПК-9.3 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций при продвижении созданных продуктов дизайнера на основе системного подхода, анализировать потребности рынка, вырабатывать стратегию действий, ориентируясь на психологию и социальный запрос целевой аудитории

Вопрос 21. Заказчик хочет получить серию ювелирных изделий, декорированных цветными эмалями в стиле Казимира Малевича и его учеников и последователей. Какая из популярных на сегодняшний день программ ИИ является наиболее предпочтительной? **Ответ** (впишите название программы): а. «Midjourney»; б. «DreamPic.AI»; в. «Кандинский»; г. «Leonardo.Ai» д. «Chat GPT».

Вопрос 22. Заказчик хочет иметь широкий выбор предложений для ювелирных изделий (каминные, настольные, настенные и др.) в декорировании интерьеров нового дома со стилистическими вариациями дизайна от барокко до модерна и *contemporary art* так, чтобы он сам мог вносить изменения. Какая из программ со стабильной диффузией является наиболее подходящей для данного запроса? **Ответ** (множественный выбор): а. «AI Picasso»; б. «Midjourney»; в. «Dream Up»; г. «Art Hub».

Вопрос 23. Насколько глубокими знаниями в истории искусства должен обладать дизайнер ювелирных изделий, работающий на фирме, выполняющей заказы музеев, галерей, корпоративных выставочных экспозиций? **Ответ:** а. Очень глубокими; б. Относительно глубокими; в. Знания истории искусства не важны, программы ИИ сделают все, что нужно за дизайнера; г. Все зависит от характера заказа; д. Без знаний тонкостей стиля художественных эпох невозможно написать грамотный промт.

Вопрос 24. Важно ли стилистическое единство серийных произведений дизайнера для их продвижения на рынок или это прерогатива высокого дизайнера и эксклюзивной продукции? **Ответ** (множественный выбор): а. стилистическим единством определяется качество вне зависимости от количества продукции и ее стоимости; б. соблюдать стилистическое единство серийной продукции дорого и не целесообразно; в. потребитель не разбирается в художественных стилях, поэтому не стоит «стрелять из пушек по воробьям»; г. стилистическое единство продуктов дизайнера говорит потребителю об уровне профессионализма продавца.

Вопрос 25. В современном цифровом мире существует два принципиально отличных типа мышления: аналитический и творческий. Верно ли, что методология дизайн-мышления базируется на анализе и синтезе? **Ответ** (множественный выбор): а. Да, верно. Методология дизайн-мышления базируется на анализе и синтезе; б. Нет, неверно. Методология дизайн-мышления основана только на творческом подходе и не включает анализ и синтез; в. Частично верно. Методология дизайн-мышления включает в себя анализ и синтез, но также полагается на другие типы мышления; г. Достоверные данные не позволяют дать однозначный ответ на данный вопрос, так как мнения экспертов расходятся.

Вопрос 26. Кому из дизайнеров, работающих в цифровой среде и, имеющих разный подход к решению крупных проблем в создании и продвижении дизайнерского продукты удастся найти лучшее инновационное решение? **Ответ** (множественный выбор): **а.** Тому, кто способен на спонтанные, неожиданные идеи; **б.** Тому, кто опирается на аппарат анализа и синтеза идей; **в.** Тому, кто обладает методологией творческого процесса; **г.** Только тому, кто имеет фундаментальное образование.

Вопрос 27. При разработке современных продуктов ювелирного дизайна следует всегда помнить не только о целевой аудитории, но и предусматривать разработку «специальных ювелирных изделий для всех» вне зависимости от возраста, пола, физических возможностей. Какая из наук о дизайне занимается разработкой такой продукции? **а.** Эргономика; **б.** Универсальный дизайн; **в.** Функциональный дизайн; **г.** Вневозрастной дизайн.

Вопрос 28. Для продвижения дизайнерского товара на рынок существует так называемое мультиканальное продвижение, однако один из этих мульти-инструментов, несомненно, является главными, какой из множества способен решить конкретные бизнес-задачи компании? **Ответ:** **а.** Агрегатор; **б.** Поисковая система; **в.** Сайт; **г.** Новостной портал

Вопрос 29. Продвижение дизайн-продуктов в цифровой среде способны обеспечить многие средства, отметьте лишнее среди перечисленного? **Ответ:** **а.** Соцсети; **б.** Аватары, созданные ИИ; **в.** Тематические и новостные порталы; **г.** Поисковые системы; **д.** Сайты

Вопрос 30. Можно ли в настоящее время с помощью нейросети создать новый «большой художественный стиль», которого не было уже в мире более 100 лет?

Ответ: **а.** Теоретически можно, но вряд ли «большой стиль» будет востребован в цифровой среде; **б.** Теоретически невозможно – цифровая среда живет по совсем другим законам, искусство не исключение; **в.** Затрудняюсь ответить: цифровая среда пока слишком непредсказуема, все может случиться.

Перечень вопросов для второй части экзамена

Примеры вопросов на защите разработанного одностраничного сайта или иного предложения магистранта для работы в цифровой среде для проверки компетенции ОПК-9.3:

1. Какие основные преимущества может предоставить концепт одностраничного сайта для демонстрации ювелирной продукции, основанной на программных продуктах и промптах ИИ?

- *Ответ: Концепт одностраничного сайта позволяет удобно представить и визуализировать ювелирную продукцию, применяя функции ИИ для улучшения интерактивности, персонализации и пользовательского опыта.*

2. Какие функциональности и возможности ИИ могут быть интегрированы в одностраничный сайт для повышения интерактивности и персонализации пользовательского опыта при просмотре ювелирных изделий?

- *Ответ: ИИ может использоваться для рекомендации похожих украшений на основе предпочтений пользователя, интерактивной визуализации и моделирования ювелирных изделий, а также для поддержки ввода и обработки параметров заказа.*

3. Какие элементы дизайна и визуализации можно использовать на одностраничном сайте для привлечения внимания пользователей к ювелирной продукции и усиления эстетического впечатления?

- *Ответ: Можно использовать высококачественные фотографии и видео, интерактивные элементы, эффекты параллакса, элегантные типографику и сочетание*

цветов, отражающих роскошь и уникальность ювелирных изделий.

4. Какие программные продукты и технологии AI могут быть интегрированы в концепт одностраничного сайта для улучшения процессов продажи и поддержки клиентов в сфере ювелирной продукции?

- Ответ: Можно использовать программные продукты для анализа поведения пользователей, чат-боты для обработки запросов клиентов, средства автоматической рекомендации и поиска, а также алгоритмы распознавания образов для обнаружения подделок.

5. Какие метрики и инструменты аналитики можно использовать на одностраничном сайте для оценки эффективности и успеха концепта в продвижении ювелирной продукции на основе программных продуктов и промптов ИИ?

- Ответ: Можно использовать метрики, такие как счетчики посещаемости, конверсии и удержание пользователей, а также инструменты аналитики для сегментации пользователей, изучения их поведения и предоставления детальной информации о продажах и эффективности маркетинговых активностей

6. Какова роль программных продуктов и промптов ИИ в улучшении персонализации и индивидуального подхода при демонстрации ювелирных изделий на одностраничном сайте?

- Ответ: Программные продукты и промпты ИИ могут анализировать данные о предпочтениях и поведении пользователей, предоставлять рекомендации и предложения, а также адаптировать контент и представление ювелирных изделий в соответствии с индивидуальными потребностями и предпочтениями каждого пользователя.

7. Как цифровые технологии и ИИ могут улучшить процесс выбора и заказа ювелирных изделий через одностраничный сайт?

- Ответ: Цифровые технологии и ИИ могут предоставить пользователю возможность взаимодействия с трехмерными моделями изделий, определить индивидуальную настройку, уточнить параметры и детали заказа, а также получить представление о финальном внешнем виде продукта.

8. Какие продукты ИИ могут быть включены в композиционную схему навигационных элементов для одностраничного сайта?

- Ответ: Продукты ИИ, которые могут быть включены, включают в себя чат-боты для быстрой коммуникации с пользователями, рекомендательные системы для персонализации контента, аналитические инструменты для сбора и анализа данных, а также системы распознавания и синтеза речи для улучшения пользовательского опыта.

9. Какие факторы следует учитывать при разработке композиционной схемы навигационных элементов для одностраничного сайта на базе продуктов ИИ?

- Ответ: При разработке композиционной схемы навигационных элементов следует учитывать потребности и предпочтения целевой аудитории, цели и задачи сайта, оптимальное использование продуктов ИИ и их интеграцию в существующую структуру сайта.

10. Как можно оценить эффективность композиционной схемы навигационных элементов на одностраничном сайте с использованием продуктов ИИ?

- Ответ: Эффективность композиционной схемы навигационных элементов можно оценить через мониторинг и анализ пользовательской активности на сайте, таких как время пребывания на странице, количество взаимодействий с продуктами ИИ, уровень привлекательности и понятности навигационных элементов, а также обратная связь пользователей

11. Каковы основные шаги при создании образа целевой аудитории для написания промптов?

- Ответ: Основные шаги при создании образа целевой аудитории включают проведение исследования на основе данных о целевой аудитории, определение их демографических характеристик, интересов, целей и вызовов, а также выделение главных мотиваторов и

предпочтений

12. Как определить основные характеристики и потребности целевой аудитории перед написанием промптов?

- *Ответ: Определение основных характеристик и потребностей целевой аудитории перед написанием промптов требует анализа демографических данных, постановки вопросов путем интервьюирования или опроса аудитории, изучения данных о поведении и предпочтениях пользователей.*

13. Как использовать данные и исследования для создания образа идеального представителя целевой аудитории для промптов?

- *Ответ: Данные и исследования используются для создания образа идеального представителя целевой аудитории для промптов путем сбора информации о их характеристиках, мотивациях, ценностях и поведении. Это позволяет автору промптов лучше понять и настроиться на предпочтения аудитории.*

14. Как учесть сегментацию целевой аудитории при создании образа для написания промптов?

- *Ответ: Сегментация целевой аудитории важна при создании образа для написания промптов, поскольку разные сегменты аудитории могут иметь свои особенности и потребности. Создание отдельного образа для каждого сегмента помогает точнее формулировать промпты и обеспечивает более персонализированный опыт для пользователей.*

15. Какие аспекты поведения и предпочтений целевой аудитории необходимо учесть при создании образа для промптов?

- *Ответ: При создании образа для промптов необходимо учесть такие аспекты поведения и предпочтений целевой аудитории как их языковые навыки, техническую грамотность, уровень знаний в определенной области, предпочтения в формате коммуникации (например, короткие и простые инструкции или более подробные объяснения), а также их мотивации и цели, которые они хотят достичь с помощью использования промптов.*

16. Какие методы разработки креативных концепций с использованием инструментария искусственного интеллекта (ИИ) доступны для продвижения произведений искусства?

- *Ответ: Существует несколько методов, включая генеративные алгоритмы, компьютерное зрение, анализ данных и обработку естественного языка, которые могут быть использованы для создания креативных концепций с помощью ИИ.*

17. Как генеративные алгоритмы могут помочь в разработке креативных концепций для продвижения произведений искусства?

- *Ответ: Генеративные алгоритмы, такие как глубокие нейронные сети и генетические алгоритмы, могут генерировать новые и оригинальные идеи и концепции на основе имеющихся данных. Это может быть полезно для создания уникальных и привлекательных кампаний или рекламных материалов.*

18. Как компьютерное зрение может быть использовано для разработки креативных концепций в продвижении произведений искусства?

- *Ответ: Компьютерное зрение позволяет распознавать объекты, лица и настроение на изображениях. Этот инструмент может быть использован для создания креативных концепций, которые соответствуют содержанию произведения искусства, или для анализа реакции аудитории на различные элементы рекламы.*

19. Как анализ данных помогает в разработке креативных концепций ИИ для продвижения произведений искусства?

- *Ответ: Анализ данных позволяет выявить тенденции и понять предпочтения аудитории. Используя эти данные, ИИ может создать креативные концепции, которые лучше соответствуют ожиданиям и интересам целевой аудитории.*

20. В чем преимущества использования инструментария ИИ для разработки креативных концепций в продвижении произведений искусства?

Ответ: ИИ позволяет автоматизировать процессы исследования и разработки, учитывать больший объем данных при создании концепций, предлагать нестандартные идеи и инновационные подходы. Это может привести к созданию более эффективных и привлекательных стратегий и рекламных материалов для продвижения произведений искусства

21. Какие программные продукты и промпты ИИ можно использовать для демонстрации ювелирной продукции?

- Ответ: Некоторые программные продукты, такие как виртуальная реальность (VR) или увеличенная реальность (AR), могут использоваться для создания визуализации и демонстрации ювелирных изделий. К примеру, можно создать 3D-модели ювелирных украшений и позволить клиентам просматривать их с разных углов или носить с помощью специальных промптов ИИ.

22. Какие преимущества имеет демонстрация ювелирной продукции с использованием программных продуктов и промптов ИИ?

- Ответ: Демонстрация ювелирной продукции с помощью программных продуктов и промптов ИИ позволяет клиентам увидеть украшения в реалистичной форме даже без физического присутствия в магазине. Это упрощает процесс выбора, позволяет экономить время и дает возможность более точно оценить дизайн, стиль и размер изделия.

23. Как ИИ может помочь в разработке индивидуальных промптов для демонстрации ювелирной продукции?

- Ответ: ИИ может анализировать данные о предпочтениях, стилях и предыдущих покупках клиента, чтобы предложить персонализированные промпты и демонстрацию ювелирной продукции, которая лучше всего подходит к их вкусу и требованиям. Это создает уникальный опыт для каждого клиента.

24. Какие технологии ИИ используются при демонстрации ювелирной продукции?

- Ответ: Технологии, такие как обработка изображений, компьютерное зрение и машинное обучение, могут быть использованы при демонстрации ювелирной продукции с помощью ИИ. Эти технологии позволяют анализировать детали и качество изделий, а также создавать визуализацию, которая максимально точно передает их внешний вид.

25. Какие вызовы могут возникнуть при использовании программных продуктов и промптов ИИ для демонстрации ювелирной продукции?

- Ответ: Возможные вызовы включают ограничения в точности визуализации и демонстрации, необходимость учитывать уникальные аспекты ювелирной продукции (такие как блеск камней) и обеспечение безопасного и надежного опыта для клиентов при покупке или примерке украшений онлайн. Решение этих вызовов требует интеграции передовых технологий.

26. Что такое дизайн-мышление и как оно применяется на практике?

- Ответ: Дизайн-мышление - это методология, которая основана на подходе дизайнера к решению проблем и созданию инноваций. Этот подход включает в себя комбинацию аналитического мышления и креативности, помогающую в разработке уникальных идей и решений. На практике дизайн-мышление используется для решения самых различных проблем, будь то создание нового продукта, открытие нового бизнеса, улучшение клиентского опыта или разработка стратегии развития компании.

27. Назовите основные этапы дизайн-мышления на практике. 1. Понимание контекста:

- Ответ: Исследование и анализ проблемы или задачи, изучение потребностей пользователей и актуальных трендов, чтобы полноценно понять ситуацию и определить проблему, которую необходимо решить. 2. Генерация максимально большого количества идей, используя различные техники, такие как, например, мозговой штурм. 3. Создание прототипов (может быть физическими или виртуальными), которые позволяют проверить идеи и получить обратную связь от пользователей. 4. Проведение тестов с пользователем,

чтобы получить фактическую обратную связь о прототипе, что помогает вносить соответствующие корректировки.

28. Какие основные принципы лежат в основе дизайн-мышления?

- *Ответ:* Человекоориентированность (важно погрузиться в мир пользователей, понять их проблемы и дать им голос во время процесса разработки), Эмпатия (смотреть на вещи с точки зрения пользователя и ставить себя на его место). Итеративность (последовательность циклов, в которых идеи тестируются, пересматриваются и улучшаются. Планируется идея, создается прототип, тестируется, после чего происходит итерация и все начинается сначала). Коллаборация (сотрудничество между различными специалистами, такими как дизайнеры, разработчики, маркетологи и пользователи). Постоянное обучение (открытое и гибкое мышление, эксперименты, учебу на ошибках, поиск новых способов решений).

29. Какие навыки и компетенции необходимы, чтобы стать успешным дизайн-мыслителем?

- *Ответ:* Эмпатия и понимание пользователей. Творческое мышление. Аналитическое мышление и исполнительность. Коммуникационные навыки. Гибким и адаптивным к изменениям и новым ситуациям. Умение работать в команде.

30. В чем уникальность дизайн-мышления, его отличие от других типов мышления при решении сложных проблем?

- *Ответ:* Уникальность дизайн-мышления заключается в комбинации аналитического и креативного мышления: 1. Ориентация на пользователя: Дизайн-мышление ставит пользователя в центр своего подхода. Оно призвано глубоко понять его потребности, мотивации и проблемы, чтобы разработать решения, которые реально отвечают его потребностям. Это отличает дизайн-мышление от других типов, которые могут сконцентрироваться на других аспектах, например, на технологии или экономических факторах. 2. Итерационный подход: дизайн-мышление предусматривает поэтапное уточнение и улучшение идей на основе обратной связи и тестирования с пользователями, а не ищется однократно. 3. Командная работа и мультидисциплинарность: Дизайн-мышление активно поощряет командную работу и привлечение разных экспертов и точек зрения. 4. Креативность и инновации: Дизайн-мышление создает пространство для идей и экспериментов, без ограничений и стереотипов.

3.3 Критерии оценивания

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
Демонстрирует способность к самоорганизации, рефлексии и самоанализу в процессе проведения работы; успешно осуществляет расстановку приоритетов, самостоятельно формулирует цели и задачи, демонстрирует способность к осуществлению	Способен к самоорганизации и рефлексии, осуществляет расстановку приоритетов, формулирует цели и задачи, демонстрирует способность к осуществлению корректировки работы на всех этапах (УК-6.1); В своей работе допускает ошибки или	Испытывает сложности в самоорганизации, рефлексии и самоанализу в процессе проведения работы; осуществляет расстановку приоритетов, формулирует цели и задачи под руководством преподавателя, не демонстрирует способность к осуществлению самостоятельной корректировки работы на всех этапах (УК-6.1); На примере своей работы	Не способен к самоорганизации, рефлексии и самоанализу в процессе проведения работы; не способен осуществлять расстановку приоритетов, формулировать цели и задачи, корректировать работу на всех этапах (УК-6.1); Не знает методы и принципы разработки и получения инновационного продукта в ювелирной отрасли, не готов представлять его в цифровой среде

<p>самостоятельной корректировки работы на всех этапах (УК-6.1); На примере своей работы демонстрирует знание методов и принципов разработки и получения инновационного продукта в ювелирной отрасли и готовность представлять его в цифровой среде потенциальному потребителю (ОПК-2.1); Знает главные принципы философии и методологии дизайн мышления; демонстрирует умение анализировать потребности рынка при создании инновационного продукта в ювелирном дизайне, определять целевую аудиторию; в своей работе смог реализовать оригинальное и неожиданное решение; продумывает стратегию действий при реализации своей разработки (ОПК-9.3)</p>	<p>недочеты в нюансах, в целом не влияющие на результат разработки и получения инновационного продукта в ювелирной отрасли, а также на качество представления его в цифровой среде потенциальному потребителю (ОПК-2.1); Знает принципы философии и методологии дизайн мышления; демонстрирует умение анализировать потребности рынка при создании инновационного продукта в ювелирном дизайне, способен определить целевую аудиторию; продумывает стратегию действий при реализации своей разработки (ОПК-9.3)</p>	<p>демонстрирует недостаточно хорошее знание методов и принципов разработки и получения инновационного продукта в ювелирной отрасли, не готов самостоятельно представлять его в цифровой среде потенциальному потребителю (ОПК-2.1); Не в полной мере знает главные принципы философии и методологии дизайн мышления; не способен самостоятельно анализировать потребности рынка при создании инновационного продукта в ювелирном дизайне; в своей работе не смог реализовать оригинальное решение (ОПК-9.3)</p>	<p>потенциальному потребителю (ОПК-2.1); Не знает главные принципы философии и методологии дизайн мышления; демонстрирует неумение анализировать потребности рынка при создании инновационного продукта в ювелирном дизайне и определять целевую аудиторию; в своей работе не смог реализовать оригинальное решение; (ОПК-9.3)</p>
---	---	--	--