

9. Мони́на, Г. Б. Ох, уж эти одаренные дети. Талант и синдром дефицита внимания: двойная исключительность / Г. Б. Мони́на, М. С. Рузина. – Санкт-Петербург : Речь, 2010. – 128 с.
10. Работа с одаренными детьми / сост. О. А. Запотьлок. – Минск : Красико-Принт, 2006.
11. Дубровина, И. В. Руководство практического психолога: Психическое здоровье детей и подростков в контексте психологической службы / И. В. Дубровина, А. Д. Андреева, Т. В. Вохмянина; под ред. И. В. Дубровиной. – 4-е изд., стереотип. – М. : Академия, 2000.
12. Старшенбаум, Г. В. Групповой психотерапевт: интерактивный учебник / Г. В. Старшенбаум. – Москва : Директ-медиа, 2011.
13. Что такое одаренность: выявление и развитие одаренных детей: классические тексты / под. ред. А. М. Матюшкина, А. А. Матюшкина. – М. : Омега-Л, 2008.
14. Шлакина, Л. Г. Азбука для одаренных детей / Л. Г. Шлакина. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2009.

Стержанов М. В. (г. Минск, Республика Беларусь)

ОПЫТ ПРЕПОДАВАНИЯ ПОДХОДА ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ ДЛЯ МАГИСТРАНТОВ

Одной из основных специальных дисциплин, читаемых при подготовке магистрантов на кафедре информатики, является «Менеджмент и маркетинг производства программного продукта» (МиМППП). Целью ее преподавания является изучение методологических основ и приобретение практических навыков по эффективному управлению процессом разработки ПО, а также организации маркетинговой деятельности на предприятии.

Дизайн-мышление представляет собой комплекс мероприятий, направленных на максимальное удовлетворение потребностей человека, возникающих при пользовании каким-либо товаром или услугой [1]. Принципы дизайн-мышления базируются на приемах решения предпринимательских задач в условиях неопределенности.

Мы считаем эффективным обучать магистрантов современным техникам принятия решений в виде деловой игры. Магистранты формируют мини-группы из 4-5 человек, выделив в каждой группе человека, играющего роль заказчика. Работа над проектом ведется поэтапно.

Первый шаг «Эмпатия» является первичным исследованием и заключается в том, что магистранты самостоятельно проводят опрос заказчика. Для достижения успеха учащимся необходимо погрузиться в мир пользователя, узнать его проблемы и потребности, изучить опыт, который он переживает. Исследование потребностей заказчика осуществляется в виде глубинного интервью. Первая часть интервью служит погружением в мир пользователя. Вторая часть интервью предполагает исследование опыта использования продуктов и сервисов, существующих или похожих. Результатом проведенных исследований является карта эмпатии.

От эмпатии исследование переходит к фокусировке – переходному этапу, когда нужно обработать все услышанное и увиденное, чтобы понять общую картину и выделить самое важное. Фокусировка играет критическую роль, так как позволяет получить явное выражение проблемы, которую нужно решить, исходя из собранной информации о жизни людей. Режим фокусировки также называют «точкой зрения». Учащиеся оформляют свои наблюдения в виде ключевых фраз и записывают их на отдельных листах бумаги или стикерах, создают визуальное представление ключевых моментов.

В режиме фокусировки магистрантами определяется проблема, режим генерации идей направлен на поиск всевозможных решений этой проблемы. На этапе генерации идей учащиеся выбирают разные фокусы решения проблемы, которые решают ее наилучшим способом. Задачей преподавателя является следить, чтобы решение создавалось действительно под конкретный случай, а не подгонялось под стандартный вариант.

На четвертом этапе дизайн-мышления происходит выбор идеи. Для выбора идеи, которая максимально будет соответствовать потребностям потребителя, необходимо выработать критерии отбора. Критерии позволяют не потерять инновационный потенциал, накопленный в режиме генерации идей. Если критериев несколько, то у каждого должен быть вес. Затем из множества возможных сценариев выбирается идеальный, который максимально соответствует предъявляемым требованиям и соответствует выбранным критериями.

Пятым этапом работы является прототипирование. В нашем учебном случае деловой игры прототип – это представление будущего продукта или услуги, инструмент, который служит для обсуждения, исследования или подкрепления идеи. Прототип может выглядеть как простой рисунок, или как полностью продуманная концепция, представленная с помощью шаблона.

Шестым заключительным этапом является тестирование, представляющее собой получение обратной связи о прототипах. Тестирование направлено на решение нескольких задач: на улучшение прототипа, выявление его недостатков, выявление нерешенных задач и выработку новых решений. Тестирование устраняет возможные недопонимания между заказчиком и исполнителем.

Преподаватель в ходе деловой игры играет роль наставника, который дает явные, понятные и продуманные инструкции, обеспечивает обратную связь, чтобы понять, насколько магистранты поняли задание, переходит от группы к группе, слушает о чем говорят учащиеся. После выполнения каждого задания преподаватель дает детальные комментарии по результатам работы каждой группы, учащимся также дается возможность поделиться своими мыслями и замечаниями. Каждый новый этап начинается с коллективного обсуждения предыдущих результатов, что помогает магистрантам выделить главное и определить план дальнейших действий.

При проведении занятий по предмету МиМППП применение дизайн-мышления эффективно обучает навыкам командной работы над проектом, так как участники должны решать проблемы путем поиска и сортировки информации, что в свою очередь развивает коммуникативные компетенции.

Во время сессий дизайн-мышления магистранты получают понятие об основных социальных ценностях, таких как сотрудничество и уважение, начинают интегрировать свои знания, выдвигать решения, основываясь на реальных знаниях или опыте, а также учатся давать обратную связь.

Список использованных источников

1. Браун, Т. Дизайн-мышление: от разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей / Т. Браун. – М : Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 256 с.