

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування

Кафедра державного управління, документознавства та
інформаційної діяльності

06-14-192М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання практичних завдань та самостійної роботи з
навчальної дисципліни «**Наукові студії**»
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
за освітньо-професійною програмою «Управління
інформаційними комунікаціями» спеціальності 029
«Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»
денної та заочної форми навчання

Рекомендовано
науково-методичною радою
з якості ННІЕМ
Протокол № 2
від 19.10.2021 року

Рівне – 2021

Методичні вказівки до виконання практичних завдань з навчальної дисципліни «Наукові студії» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Управління інформаційними комунікаціями» спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» денної та заочної форми навчання [Електронне видання] / Шинкарук А. Л. – Рівне : НУВГП, 2021. – 29 с.

Укладач: Шинкарук А. Л., к.політ.н., доцент кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності

Схвалено на засіданні кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності.

Протокол № 3 від 06.10.2021

Відповідальний за випуск: Тихончук Л. Х., д.держ.упр., доцент, в.о. завідувача кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності.

Керівник групи забезпечення: Цецик Я. П., к.і.н., доцент кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності.

© Шинкарук А. Л., 2021

© НУВГП, 2021

ЗМІСТ

1. ВИМОГИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	5
2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	5
3. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ	7
Практичне заняття 1. Вибір проблеми-ситуації для дослідження. Когнітивні упередження. Бар'єри власного дослідження.	7
Практичне заняття 2. Швидке генерування ідей, брейнстормінг (NESTA, SCAMPER)	8
Практичне заняття 3. Карта розуму теми дослідження	11
Практичне заняття 4. Вторинні джерела	18
Практичне заняття 5. Карта емпатії досліджуваної проблеми. Як ми можемо...?	18
Практичне заняття 6. Сторітеллінг	21
Практичне заняття 7. Індикатори дослідження	22
Практичне заняття 8. Оформлення джерел.	23
Практичне заняття 9. Візуалізація	23
Практичне заняття 10. Публічні виступи	24
4. МЕТОДИ НАВЧАННЯ	25
5. ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ	25
6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	26

ВСТУП

Сучасна наука істотно впливає на наше життя. Відтак, важливо знати, що таке наука, як вона влаштована і як розвивається, що вона може і на що дозволяє сподіватися, а що їй недоступне.

Наукові дослідження є формою існування і розвитку науки. Процес наукового пізнання відрізняється особливою систематичністю і послідовністю. Науковий пошук завжди має організований і цілеспрямований характер специфічного дослідження. Сьогодні в сферу науково-дослідної діяльності залучені сотні тисяч людей в усьому світі, результати їх досліджень стають безпосередньою продуктивною силою, в значній мірі визначають напрями та тенденції розвитку сучасного суспільства. Утворюються нові форми організації науки, формуються великі дослідницькі колективи, наука перетворилася на величезний, складний соціальний організм. У цьому зв'язку оволодіння знаннями основ наукового дослідження є обов'язковим для фахівців економічного профілю. Генерація молодих спеціалістів з економіки повинна вирізнятися високою компетентністю та здатністю до самостійного творчого вирішення проблем, вмінням розширювати базові знання, використовувати у своїй роботі все те нове, що з'являється в науці та практиці, застосовувати новітні методи організації праці, наукові та спеціальні методи та моделі.

Всі ці якості майбутній фахівець повинен здобувати в процесі вивчення основ наукових досліджень та під час виконання науково-дослідних робіт. Збільшення вкладу вузівської науки у вирішення завдань загального прогресу країни і підвищення якості підготовки фахівців у вищій школі вимагають єдності наукової та навчальної роботи студентів та посилення індивідуальної роботи з ними. Масштаби наукової роботи в вузах в даний час значно розширюються. Дослідницька діяльність студентів повинна бути невід'ємною частиною навчального процесу. Вища школа стає важливою складовою частиною науково-дослідного комплексу всієї країни, оскільки

прискорення науково-технічного прогресу вимагає мобілізації всього інтелектуального потенціалу народу, і, більше того, оскільки вища школа готує фахівців для майбутнього, розвиток науки в стінах ВНЗ має бути випереджальним порівняно із загальним рівнем розвитку науки.

1. ВИМОГИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета викладання навчальної дисципліни «Наукові студії» є оволодіння теоретичними знаннями і набуття практичних навичок щодо проведення наукових досліджень, обробки, аналізу й визначення та представлення результатів наукових досліджень.

Завдання: набуття знань про особливості організації та проведення наукової та науково-дослідницької роботи; оволодіння засобами пошуку та формування ідей щодо наукової діяльності; отримання уявлення про організацію та діяльність сучасних наукових закладів; навчання практичним навичкам роботи з науковою літературою.

Використовуються такі методи викладання та технології: тренінги, рольові ігри, обговорення, презентації, міні-лекції, ситуаційні дослідження та інші.

В результаті освоєння дисципліни студенти здатні до:

- використання базових знань з історичних, культурних, політичних, соціальних, економічних засад розвитку суспільства.
- усного і письмового спілкування іноземною мовою.
- відшукувати та узагальнювати інформацію, робити висновки і формулювати рекомендації в межах своєї компетенції.
- використовувати методи аналізу та оцінювання програм сталого розвитку.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Вступ в наукові студії

Кількість годин: Лекц. – 4, Практ. – 4

Наукове мислення. Методологічний рівень - наука про науку.

Завдання наукового дослідження. Процес проектування наукового

дослідження. Дизайн мислення для наукового дослідження. Наукова грамотність. Систематичний підхід. Подвійний Діамант. Когнітивні упередження.

Тема 2. Пошук наукових рішень

Кількість годин: Лец. – 4, Практ. – 4

Дослідницький бриф. Визначення дослідницьких сфер та методів. Первинне дослідження. Вторинне дослідження

Тема 3. Визначення наукової тематики

Кількість годин: Лец. – 4, Практ. – 4

Визначення. Теми та кластери. Інсайти. Визначення можливостей. Рамки. Критичне мислення. Критичні сумніви. Причинно-наслідкові зв'язки. Кореляція. Повторюваність. Відповідність доказів. Фальсифікація. Бритва Оккама. Персона. Хто мій користувач або дійова особа? Емпатія. Як ми можемо? Подорож користувача. Сторітеллінг

Тема 4. Розробка наукового дослідження

Кількість годин: Лец. – 4, Практ. – 4

Дані. Що означає «кількісний»? Які кількісні методи дослідження ви можете використовувати? Анкети. Інтерв'ю. Спостереження. Записи. Змінні. Операціоналізація. Гіпотеза. Надійність, обґрунтованість. Кореляція. Експеримент. Описова статистика. Опитування. Вибірка. Аналітика даних. Дата-грамотність. Практичні методи

Тема 5. Тестування. Оформлення і візуалізація

Кількість годин: Лец. – 4, Практ. – 2

Візуальне мислення. Що таке візуалізація даних? Інфографіка: графіки та ефективність візуального кодування. Базові поняття графічного дизайну. Ресурси та інструменти. Діаграми. Оформлення бібліографії.

Тема 6. Публічні виступи

Кількість годин: Лец. – 2, Практ. – 2

Підготовка наочних матеріалів для усного виступу. Структура презентації. Науковий виступ.

3. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття 1. Вибір проблеми-ситуації для дослідження. Когнітивні упередження. Бар'єри власного дослідження.

Частина А.

1. Вибрати певну проблему-ситуацію для дослідження. Тези.
2. Когнітивні упередження. Спроба визначення бар'єрів для власного дослідження.

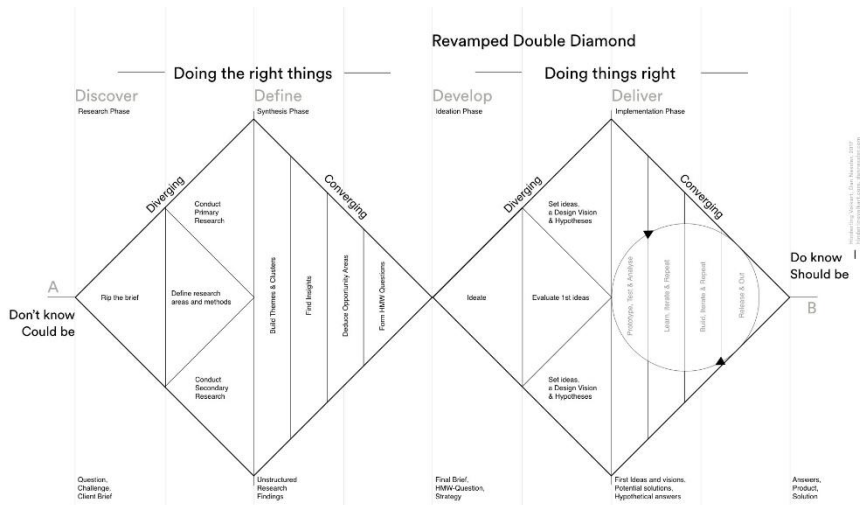


Рис. Модель «подвійного діаманта» для пошуку наукових рішень

Практичне заняття 2. Швидке генерування ідей, брейнстормінг (NESTA, SCAMPER)

«Мозковий штурм» – це ситуація, коли група людей збирається для створення нових ідей та рішень у певній сфері інтересів шляхом усунення заборон. Люди вміють мислити більш вільно, і вони пропонують багато спонтанних нових ідей. Всі ідеї відзначаються і не піддаються критиці, а після мозкового штурму ідеї оцінюються. Цей термін був популяризований Алексом Осборном у книзі *Applied Imagination* у 1953 р. Вона дозволяє створювати нові рішення на основі вже наявних ідей, а також допомагає подолати «творчий ступор».

Десять простих дій, які потрібно по черзі застосувати до вашої задачі і ви гарантовано отримаєте несподіване рішення. Ви берете проблему, і задаєте питання по обраній дії. У вас народжуються відповіді, часом абсолютно абсурдні.

ДІЯ/ПИТАННЯ

1. Використовувати інакше / Чи можна застосувати це до чогось іншого?
2. Привести аналогії / Чи є аналогії? На що це схоже? Що можна запозичити?
3. Змінити! / Чи можна змінити колір, рух, розмір, форму, звук, запах, призначення, фактуру і т.д.?
4. Збільшити / Чи можна збільшити розмір, обсяг, вагу, швидкість, кількість, частоту, гучність, вартість, відстань, концентрацію? Це можна розмножити? Піднести до квадрата?
5. Зменшити? / Чи можна зменшити розмір, обсяг, вагу, швидкість, кількість, частоту, гучність, вартість, відстань, концентрацію? Щось прибрати? Зробити світліше, точніше? Це можна розщепити?
6. Замінити / Які властивості можна замінити? Замінити на кращі? Використовувати замість цього неіснуюче?
7. Пересунути / Що можна поміняти місцями? Чи можна змінити послідовність? Поміняти причину і наслідок?
8. Зробити навпаки / Як виглядає протилежна ідея? Чи можна поміняти ролі? Подивіться в дзеркало, що там? Повернути на 90°, 180°, 270°, 360°?
9. Комбінувати / Можна це поєднати з чимось іншим? А розкласти на елементи?

10. Трансформувати / Можна це деформувати, проколоти, стиснути, розтягнути, скрутити? Зробити твердим, рідким, газоподібним, прозорим, мутним?

ВПРАВА А. Швидкий генератор ідей NESTA

Швидкий генератор ідей Nesta—це корисний інструмент, який допомагає формувати проблеми різними способами, коли думаєте про створення ідей. Цей інструмент створено, щоб допомогти менеджерам, працівникам груп або користувачам швидко розробляти нові варіанти для суспільних проблем, ще один цікавий спосіб генерувати ідеї і натхнення.

Nesta...

ГЕНЕРАТОР ШВИДКИХ ІДЕЙ

Come up with new ideas by thinking differently

ПІДХІД	НОРМАЛЬНЕ ПРАВИЛО	ПОБІДНАННЯ, РОЗБИВАННЯ, РОЗТЯГУВАННЯ ПРАВИЛА
^ Інверсія Споглядання зверху з ніг на голову	Актори змінюють ролі	А чи не надати статус «лідера»? →
∫ Інтеграція Поєднання позицій з іншими позиціями	Люди отримують набір ролей у різних місцях	Якщо різні місця окремо втрачають доступ в одному місці? →
x Розширення Розширення пропозиції	Школа надає освіту вчителю, дітям і мовці протягом дня	Якщо школа також пропонує освіту вчителю, дітям і мовці в інших місцях? →
∂ Диференціація Розділення пропозиції	Існує тільки один розмір для всього	Якщо розмір був персоналізовано і по іншому оптимізовано? →
+ Додавання Додавання нового елементу	Супермаркет постачає продукти	Якщо супермаркет постачає продукти і також служить їм для старшої людини? →
- Віднімання Віднімання чогось з позиції	П'яний критично важливий для ефективної судової системи	А чи не треба зменшити три п'яніх? →
t Перенесення Перенесення практики, що освоюється з іншою сферою	Актори і актриси мають різні функції і грають по-різному	А чи не можна перенести практику управління акторами для актрис? →
g Щеплення Приведення чужого практик з іншої сфери	Наполення іграшки: це завжди практика	Якщо іграшки робить частково скарбати освіти? →
∞ Перебільшення Виснаження фрагменту позашкільної до виконавчого рішення	Школа підтримує освіту дітей по виходу, але лише у визначений час і у визначеному місці	Якщо студенти отримували доступ до жовтого будинку і будь-якої іншої інформації? →

INSPIRED BY: Nesta (2013) Fast Idea Generator

Скачати у кращій якості <https://drive.google.com/open?id=0Bz2N55liT41ULURoaVozdIRTY28>

ВПРАВА Б. SCAMPER SUBSTITUTE | ЗАМІНИТИ

Перш за все потрібно зрозуміти, а не замінити взагалі задачу або продукт—повністю або окремі частини. Думаючи про заміну чогось, ви виявляєте нові ідеї.

COMBINE | КОМБІНУВАТИ

Інноваційні продукти—це несподівані поєднання ідей або продуктів з дуже різними функціями. Поєднати можна функції і прилади з абсолютно різних сфер, щоб досягти синергетичного ефекту. Іноді оптимальне рішення—взяти кращі риси різних продуктів і сервісів—і поєднати з кращими рисами свого продукту. Подумайте про те, щоб скомбінувати дві або більше частин і створити інший продукт або процес. Комбінуйте перевірені часом ідеї, товари та послуги з чимось абсолютно новим і несподіваним.

ADAPT | АДАПТУВАТИ, ПРИСТОСУВАТИ

Подумайте про те, як вже існуючу працюючу ідею можна пристосувати до вашого процесу, адаптувати під задачу. Напевно існує готове рішення вашої проблеми—треба тільки звернутися до чужого досвіду і озирнутися по сторонах. Завжди тримайте в умі, що всі нові ідеї в тій чи іншій мірі запозичені з попередніх.

MAGNIFY | ЗМІНИТИ, ЗБІЛЬШИТИ, МОДИФІКУВАТИ

У цьому випадку варто задатися такими питаннями:

Що я можу збільшити?

Що можна перебільшити, де можна вийти за рамки?

За рахунок чого можна збільшити частоту?

Як можна зробити вище, більше і сильніше?

Що можна продублювати?

Як зробити багато копій?

Як додати екстрариси і отримати екстрацінність?

PUT TO OTHER USES | ЗАСТОСУВАТИ ДЛЯ ІНШОГО

Запитайте себе, як ще можна застосувати поточну ідею, послугу або продукт в інших цілях, для вирішення інших завдань. Як повторно використовувати щось, щоб вирішити вашу проблему? Дуже часто ідея набуває особливого значення на іншому полі, ніж передбачалося спочатку.

ELIMINATE MINIFY | ВИКЛЮЧИТИ, МІНІМІЗУВАТИ

Будь-яка задача з часом обростає умовами, які роблять «коридор» надто вузьким, а виконання задачі—практично неможливим. Подумайте про те, що буде, якщо ви виключите або мінімізуєте якісь частини своєї ідеї, спростите або викинете надлишкові компоненти. Знову і знову урізуючи свої ідеї, об'єкти і процеси, ви отримуєте можливість виявити головну функцію вашого продукту—зробити її очевидною і ключовою для аудиторії і заробляти на ній.

REVERSE / REARRANGE | ПЕРЕВЕРНУТИ / ЗМІНИТИ ПОРЯДОК

Подумайте над тим, як ваша проблема може вирішитися, як продукт або процес буде працювати, якщо ви поміняєте порядок дій, перевернете звичну схему.

Практичне заняття 3. Карта розуму теми дослідження

ВПРАВА. Карта розуму теми дослідження за допомогою онлайн-інструментів

- створення карти розуму вашої ідеї <https://www.mindmup.com>

ВПРАВА. Оцініть власне дослідницьке питання

Задайте наступні 8 запитань, щоб оцінити якість вашого дослідницького питання та легкість відповіді на нього:

1. Чи питання стосується теми чи проблеми, яка мене цікавить, настільки, щоб викликати власні думки?
2. Чи легко досліджувати питання?
3. Який тип інформації мені потрібен, щоб відповісти на питання дослідження? Наприклад, для дослідницького запитання "Який вплив дерегуляція мала на безпеку комерційних авіакомпаній?", Очевидно, вимагатимуть певних типів інформації:
 - статистичні дані про авіакатастрофи до і після
 - статистика щодо інших проблем безпеки до та після
 - інформація про методи технічного обслуговування до та після
 - інформація про державні вимоги безпеки до та після
4. Чи обсяг цієї інформації обґрунтований (наприклад, чи можу я насправді дослідити 30 програм в Інтернеті, розроблених протягом 10 років?)
5. Враховуючи тип та обсяг необхідної мені інформації, моє запитання занадто широке, занадто вузьке чи добре?
6. Які джерела матимуть тип інформації, який мені потрібен для відповіді на питання дослідження (журнали, книги, Інтернет-ресурси, державні документи, люди)?
7. Чи можу я отримати доступ до цих джерел?
8. З огляду на мої відповіді на вищезазначені запитання, чи є у мене якісне запитання щодо дослідження, на яке я насправді зможу відповісти, проводячи дослідження?

ВПРАВА. Інтерв'ю з користувачами

Інтерв'ю з користувачем - це індивідуальні заняття на місцях, в яких можна поринути в контекст використання продукту або послуги і задати питання, які є глибокими, орієнтованими на розуміння мотивів і потреб, висловлених або невисловлених цією особою.

ЯК ВИКОРИСТОВУВАТИ

Сеанси інтерв'ю вимагають детального планування (наприклад, скільки та які учасники беруть участь і в яких містах). Ще на етапі планування необхідно визначити всі запитання, які необхідно задати учаснику, побудувати певну доріжку для підтримки розмови та зібрати всі спостереження у вигляді записок.

ЩО ПОТРІБНО

Сесії інтерв'ю дозволяють глибоко зрозуміти потреби та поведінку користувачів, з метою обміну інформацією, зібраною з усією командою проекту, та використання їх для створення ідей, пов'язаних з цифровою послугою.

ЯК ПІДГОТУВАТИСЯ ДО ІНТЕРВ'Ю

1. Проведіть мозковий штурм

Запишіть всі питання до користувача, придумані вашою командою. Під час мозкового штурму розвивайте ідеї інших учасників команди, щоб охопити всі важливі теми.

2. Групування і впорядкування

Як і при генерації ідей, зберіться всі разом і визначте на які кластери можна розділити питання. Закінчивши з кластерами питань, визначте, в якому порядку їх найкраще задавати. Упорядкування допоможе побудувати інтерв'ю якомога природніше і згладити можливі шорсткості при спілкуванні з користувачем.

3. Переробка питань

Після угруповання і впорядкування питань, можливо, ви помітите, що деякі питання повторюються, а деякі не до місця. Також перевірте, чи залишили ви час для уточнюючих питань

«Чому?», питань про досвід: «Розкажіть, коли ви в останній раз ...» і питань про відчуття як користувач почувався в той чи інший момент.

НАВИЩО ПОТРІБНА ПІДГОТОВКА ДО ІНТЕРВ'Ю

Час зустрічі з користувачем безцінний, тому використовуйте його по максимуму!

Залишаючись відкритим до розмови на тему, запропоновану користувачем, ви повинні завжди бути підготовлені до інтерв'ю. Особливо важливо бути готовим до повторних зустрічей з користувачами після, наприклад, тестування. Нехай у вас буде мало заготовлених питань до користувача, але в голові завжди повинен бути план інтерв'ю і взаємодії зі співрозмовником.

ЯК БРАТИ ІНТЕРВ'Ю

Запитуйте «Чому?». Навіть якщо вам здається, що ви знаєте відповідь, запитуйте у співрозмовника, чому він сказав або зробив саме так. Відповіді можуть здивувати вас. Розмова, присвячений одному питанню, може тривати до тих пір, поки не стане для вас вичерпаним.

Не використовуйте слово «звичайно» в своїх питаннях. Краще питайте про конкретні випадки або події, наприклад «Як ви в останній раз ...»

Заохочуйте історії. Яка б ця історія не була, вона дасть вам зрозуміти, як людина дивиться на світ. Задавайте питання з метою почути історію від вашого співрозмовника.

Шукайте розбіжності. Іноді те, що вам говорять, йде врозріз з тим, що співрозмовник робить в житті. У цих розбіжностях можуть бути приховані цікаві інсайти.

Пам'ятайте про невербальні засоби комунікації і мову тіла. Слідкуйте за жестами і тим, які емоції виражає ваш співрозмовник за допомогою тіла.

Не бійтеся тиші. Під час інтерв'ю завжди хочеться поставити запитання, як тільки повисає тиша. Дозвольте тиші повисіти. Можливо після паузи ваш співрозмовник продовжить говорити

про тему докладніше, що розкриє ситуацію на більш глибокому рівні.

Не пропонуйте відповіді на ваші питання. Навіть якщо перед відповіддю повисла пауза, що не поспішайте пропонувати відповідь. Ваш співрозмовник може ненавмисно сказати те, що ви очікуєте почути.

Ставте відкриті питання. Відкрите питання «Що ви думаєте про покупку подарунків для вашого чоловіка? »набагато краще, ніж закриті питання« Робити покупки - це так чудово, правда? », оскільки в першому випадку передбачається розгорнуту відповідь.

Уникайте закритих запитань. Закритий питання тягне за собою однозначну відповідь («так» або «ні»), а вам потрібно отримати від співрозмовника історію.

Переконайтеся, що ви готові фіксувати інформацію. Завжди проводите інтерв'ю з напарником. Якщо у вас немає напарника, скористайтеся диктофоном. Ви не зможете присвятити всього себе спілкуванню з користувачем і при цьому ще вести записи вашої розмови.

ІНТЕРВ'Ю. ВАРІАНТИ ПИТАНЬ

- **Завдання:** Чи можете ви намалювати карту вашої комп'ютерної мережі?
- **Участь:** Покажіть мені як я маю зробити це.
- **Демонстрація:** Продемонструйте як це працює.
- **Рольові ігри:** Я буду споживачем, а ви продавцем. Продемонструйте як вони взаємодітимуть
- **Спостереження:** Питання про різні розташування, приміщення.

ІНТЕРВ'Ю. НОТАТКИ

- Перед початком інтерв'ю бажано переглянути спільно з командою можливі очікування і складнощі
- Ідіть туди, де знаходяться або бувають ваші потенційні клієнти
- Обмежено говоріть про себе

- Орієнтація на питання-історію, а не питання-відповідь
- Активне слухання, супроводжуючі питання.
- Зробити паузу після питання. Не пропонувати відповіді.
- Під час спілкування, готуйтеся до зустрічних або дубльованих запитань

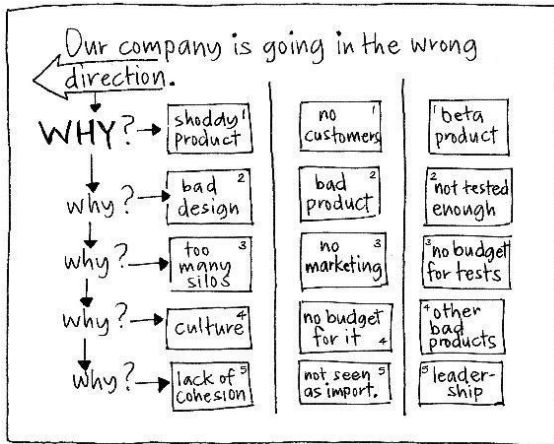
ВПРАВА. 5 ЧОМУ?

Це спроба побачити проблему з боку і зрозуміти її основну причину, щоб надалі усунути проблему.

КІЛЬКІСТЬ УЧАСНИКІВ: Від 5 до 10.

МЕТОДИКА

1. Сформуйте проблему, оцінку якій буде робити група. Напишіть її на аркуші паперу і при бажанні робіть ілюстрацією. Лист прикріпіть на видимому всім учасникам місці.
2. Роздайте учасникам стікери і попросіть пронумерувати їх від 1 до 5.
3. Попросіть учасників уважно прочитати формулювання проблеми і відповісти на питання, ЧОМУ це є проблемою. Відповідь слід записати на стікері номер 1.
4. Наступне питання: «Чому вірна відповідь, записана на стікері номер 1?». Відповідь на нього слід записати на стікері номер 2.
5. Тепер запитаєте групу, ЧОМУ вірна відповідь, записана на стікері номер 2.
6. Повторіть процедуру ще два рази.
7. На аркуші з формулюванням проблеми напишіть один під одним п'ять питань «Чому?» І накресліть лінії, формуючи стовпці, куди учасники повинні будуть наклеїти свої стікери.
8. Уважно подивіться на відповіді, відзначаючи схожість і відмінності між ними. Обговоріть отриманий результат. Напишіть проблему на іншому аркуші паперу. Добровольцям віддайте п'ять чистих стікерів, щоб вони вибрали, які із запропонованих відповідей на питання демонструють найглибший погляд на проблему. У міру досягнення консенсусу записуйте нові відповіді на стікери. Потім приклейте їх в стовпець під формулюванням проблеми. Якщо час ще залишився, обговоріть, які дії слід зробити за результатами гри.



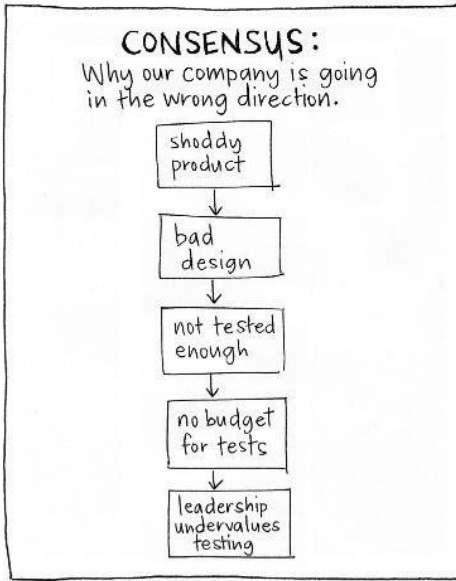
СТРАТЕГІЯ

Ця гра є спробою прочитати між рядків. Адже зрозумівши, в чому полягає суть проблеми, ви отримуйте додаткові ресурси для її вирішення. Тому всіляко демонструйте гравцям, наскільки в даному випадку важлива їх щирість. Унікаючи відвертих відповідей на питання, неможливо отримати необхідну інформацію. І навіть гірше, в результаті зусилля щодо вирішення питання можуть бути спрямовані не туди, куди потрібно. Так що ведучий повинен добре розбиратися в мотивах гравців і правильно направляти обговорення відповідей на складне питання «Чому?».

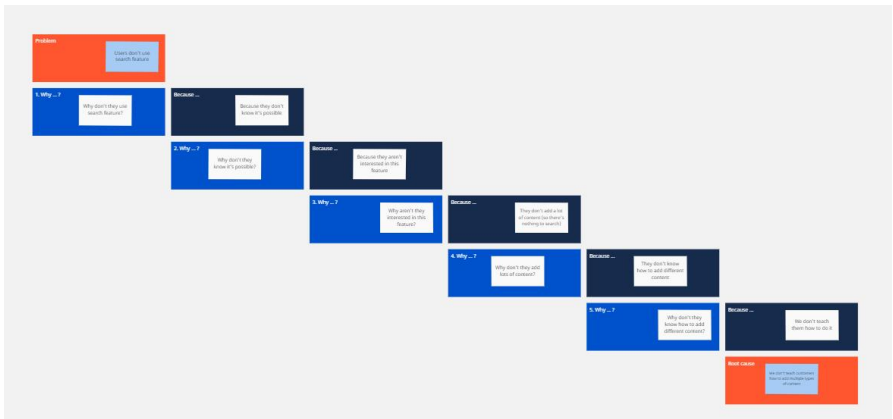
Можна також попросити учасників записати першу думку, яка приходить їм в голову після кожного «Чому?». Негайний перехід до усвідомлюваного корені проблеми позбавляє можливості побачити все стадії, а значить, і варіанти вирішення питання на різних рівнях.

Ну і нарешті, запам'ятайте, що виявити корінь більшості проблем можна тільки шляхом більш-менш довгого опитування. Тому питайте «Чому?» до тих пір, поки не будуть отримані більш-менш переконливі результати. П'яти питань цілком досить для початку, але ця кількість не є фіксованим. При необхідності можна

будувати скільки завгодно довгі послідовності з «Чому?».



Заповнювати таблицю 5 питань можна і он-лайн або скористатись шаблоном



Практичне заняття 4. Вторинні джерела

КРОКИ

Після того, як ви зрозумієте свою проблему, настав час розпочати вивчення його ширшого контексту. Ви можете швидко дослідити останні новини у цій галузі. Скористайтесь Інтернетом, газетами, журналами чи журналами, щоб знати, що нового.

Спробуйте знайти останні інновації у вашій конкретній області. Вони можуть бути технологічними, поведінковими чи культурними. Розуміння межі можливого допоможе вам поставити чудові запитання.

Погляньте на інші рішення у вашій місцевості. Які з них працювали? Які з них не зробили? Чи є люди, схожі на те, що ви могли б спроектувати? Будь-які рішення, які надихнули вас зробити своє власне?

Оскільки співбесіди можуть бути високоякісними, використовуйте свої Вторинні дослідження, щоб отримати факти та цифри, необхідні для розуміння контексту вашого завдання.

Практичне заняття 5. Карта емпатії досліджуваної проблеми. Як ми можемо...?

ВПРАВА. Карта емпатії і портрет користувача досліджуваної проблеми <https://miro.com/templates/empathy-map/>

Думаю і відчуваю: що турбує користувача? Якими словами він думає про проблему? Щодо чого сумнівається? Цю інформацію краще шукати там, де користувачі скаржаться: наприклад, на форумах. Якщо у продукта є служба підтримки, варто поспілкуватися з її представниками / почитати, що туди пишуть користувачі.

Кажу і роблю: як користувач поводить себе публічно? Що каже? Якими способами вирішує проблему? Як шукає інформацію по ній? Цю інформацію варто шукати в соціальних мережах. Особливо в цьому плані корисний LinkedIn: там можна відносно легко знайти представників найрізноманітніших професій і

вивчити, які події / конференції / навчальні заходи вони відвідують, в яких спільнотах складаються, які питання в них піднімають, якими навичками володіють і т.д.

Бачу: на що схоже середовище, в якому знаходиться користувач? З якими пропозиціями і альтернативами вашого продукту він стикається? Джерело інформації для цього блоку—сама система і системи-конкуренти, онлайн і оффлайн реклама, статті у фахових співтовариствах, офіційні огляди, і т.п.

Чую: як середовище, в якому знаходиться користувач, впливає на нього? Що кажуть йому колеги, знайомі, авторитетні для нього джерела? Які медіаканали мають вплив на користувача? На відміну від блоку «бачу», інформація тут не обов'язково відповідає дійсності. Але користувач їй довіряє. Де шукати інформацію для цього блоку: чутки і думки на форумах (а власне з соцмереж можна дізнатися, що це за форуми), історії успіху, стереотипи і навіть міські легенди.

ВПРАВА. Карта подорожі користувача

ЕТАПИ

Визначити користувача

Визначити етапи поведінки

Визначити взаємодію (точки контакту) - люди, діяльність, речі, місця

Визначити ставлення користувача (над етапами поведінки)

Внутрішня організація (хто за що відповідає)

Оптимізація критичних точок/каналів. Сила впливу

з'ясування потреб користувача

ролі і процеси

Переоцінка критичних точок

Тестування нового досвіду

ВПРАВА. Питання. Як ми можемо...?

Служать для запуску мозкового штурму. Ці питання - відмінний стимул для пошуку ідей на основі POV, дизайн-принципів і інсайтів.

Нехай ваше запитання буде досить широким, щоб придумати багато різних цікавих рішень, і досить вузьким, щоб направити їх в конкретному руслі. Наприклад, між занадто вузьким питанням «Як ми можемо зробити ріжок таким, щоб морозиво не капало?» і занадто широким «Як ми можемо придумати новий десерт», вірним буде питання «Як ми можемо зробити морозиво зручнішим?».

Вузькість / широта питання варіюється в залежності від завдання і від ступеня опрацювання проекту.

Почніть з ваших POV, інсайтів і завдань. Складіть питання коротко так, щоб він відповідав завдання.

Запишіть його, почавши з «Як ми можемо ...». Перед мозковим штурмом для вирішення завдання, придумайте до нього кілька запитань «Як ми можемо ...?».

Завдання: змінити досвід взаємодії з аеропортом.

POV: втомлена мама трьох дітей, промчав через весь аеропорт і потім прочекати декілька годин виходу на посадку, потребує того, щоб розважити своїх непосидючих дітей, так як «шумлива малеча» заважає іншій вже і так озлоблені пасажирів.

Посилити хороше: Як ми можемо використовувати енергію дитини, щоб розважити інших пасажирів?

Усунути негатив: Як ми можемо відокремити дітей від інших пасажирів?

Спробувати навпаки: Як ми можемо зробити очікування посадки найцікавішим відрізком подорожі?

Поставити під сумнів: Як ми можемо взагалі позбутися від очікування посадки?

Знайти заміну: Як ми можемо уявити прагнення швидше дістатися до виходу на посадку у вигляді розваги, а не дискомфорту?

Знайти несподівані можливості: Як ми можемо зробити так, щоб пасажирів, які очікують, допомагали один одному пережити очікування?

Знайти аналогії потреби або контексту: Як ми можемо зробити аеропорт як салон краси або ігровий майданчик для дітей?

Протиставити завдання: Як ми можемо зробити так, щоб дітям подобалося в аеропорту?

Змінити статус-кво: Як ми можемо зробити непосидючу і галасливу дитину менш дратівливим?

Розбити POV на частини: Як ми можемо розважити дітей? Як ми можемо заспокоїти маму? Як ми можемо заспокоїти інших пасажирів?

Практичне заняття 6. Сторітеллінг

Головне завдання сторітеллінга - захопити увагу з першої секунди і тримати його протягом всієї історії, викликаючи у читача чи глядача симпатію до головного героя і таким чином донести до нього основну думку твору - посил, який часто є відлунням біблійних заповідей. Важливо зробити так, щоб читач або глядач ототожнював з себе з головним героєм і переживав те, що переживає головний герой.

Читаючи, слухаючи історію, спостерігаючи її на екрані, читач (для зручності читання статті я буду використовувати слова «глядач», «читач» і «слухач» в якості синонімів) настільки ототожнює себе з головним героєм, що починає не тільки симпатизувати йому, але і розділяти його погляди і дії. Під час звучання історії і через деякий час після неї (іноді тривале) глядач може вважати думки, що виникли в процесі перегляду фільму, своїми, хоча ще до перегляду він міг їх не знати і не розділяти точку зору головного героя.

Як створити історію?

Який сенс: Знайте, що ви маєте намір передати як сюжетно і емоційно. Ви повинні бути в змозі описати суть трансформації вашого персонажа в одному реченні і тон розповіді в двох словах.

Бути автентичним: Історії є більш потужними, коли містять трохи інформації про вас. Відвертість сильніше і резонансніше, ніж кліше.

Персонажі: персонажі є відмінним засобом, за допомогою яких можна висловити глибокі людські потреби і генерувати співчуття і інтерес з боку аудиторії. Зосередьтеся на характерах.

Драматична дія: Ваша історія повинна мати три компонента: Дія, конфлікти і трансформація.

Дія: Що персонаж намагається зробити?

Конфлікт: Що знаходиться на шляху персонажа? Які питання лежать на поверхні?

Трансформація: Що таке інсайт? Як дію і конфлікт вирішити?

Подробиці: «Емоція основа всієї поведінки» Які деталі ви можете розповісти про вашого персонажа?

Процес проектування це вбудована історія: Використовуйте те, що ви дізналися в процесі проектування. Карти емпатії для персонажа; Потреба карти конфлікту; Інсайти і рішення для трансформації.

Формула сторітеллінгу

ідея

герой

проекція

структура

зв'язаність

стиль

Практичне заняття 7. Індикатори дослідження

Індикатори www.designkit.org/methods/define-your-indicators

Використовуйте 10 індикаторів

[https://design-kit-production.s3-us-west-](https://design-kit-production.s3-us-west-1.amazonaws.com/Design+Kit+Method+Worksheets/DesignKit_indicatoradlibs_worksheet.pdf)

[1.amazonaws.com/Design+Kit+Method+Worksheets/DesignKit_indicatoradlibs_worksheet.pdf](https://design-kit-production.s3-us-west-1.amazonaws.com/Design+Kit+Method+Worksheets/DesignKit_indicatoradlibs_worksheet.pdf)

для структурування конкретних, вимірюваних та обмежених у часі показників для ваших входів, результатів та результатів.

Подумайте, що ви насправді можете відслідковувати - якісні

історії від людей, для яких ви проектуєте, можуть бути дуже потужними, особливо там, де неможливо або доцільно зафіксувати тверді цифри.

Monitor and Evaluate (M&E)

<https://www.designkit.org/methods/monitor-and-evaluate>

матриця оцінки https://design-kit-production.s3-us-west-1.amazonaws.com/Design+Kit+Method+Worksheets/DesignKit_MonitoringEvaluation_Worksheet.pdf

Анкета з 5-10 питаннями (Google Forms)

Джерела та формат даних (сайти, соцмережі, вуличні спостереження, ...)

Контент-аналіз для вашого дослідження

Практичне заняття 8. Оформлення джерел.

Оформлення джерел наукової роботи за найпопулярнішими стилями.

Онлайн інструменти курування цитат і джерел – Weava, Evernote, Notion, Google Docs apps, MyBib, Cite this for me.

Практичне заняття 9. Візуалізація

Які графічні прийоми (діаграми, таблиці, малюнки) застосовані у вашому дослідженні? Як їх оформити в тексті? Про що вони свідчать?

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ | DV101 |
Prometheus. Prometheus.org.ua, 2016,
courses.prometheus.org.ua/courses/IRF/DV101/2016_T3/course/.
(дата звернення 13 серпня 2021).

Практичне заняття 10. Публічні виступи

ВПРАВА А. Мудборд

візуалізація наукового дослідження для натхнення і публіки.

Інструменти:

- <http://www.gomoodboard.com>
- <https://niice.co>
- pinterest.com
- tilda.ws
- prezi.com
- canva.com

ВПРАВА Б. Презентація статті

Слайд заголовка (10-15 сек). Заголовок повинен містити

- Заголовок
- Розташування
- Час проведення
- Ім'я автора
- Місце роботи
- Відповідні логотипи
- Скажіть “Доброго ранку / дня / вечора”

Основа (1-2 хв)

- Зазвичай кілька слайдів
- Залучіть аудиторію
- Надайте обґрунтування для планового дослідження
- Основна інформація (лише) про проект
- Покажіть відповідність
- Включіть слайд, що описує цілі дослідження

Методи (1-2 хв)

- Зазвичай кілька слайдів
 - Опишіть дизайн дослідження
 - Опишіть навчальні групи та чому їх обрано
 - Скажіть, які лабораторні дослідження використовувались
- Результати (3-4 хв)

- Зазвичай кілька слайдів
- Підкресліть найважливіші висновки
- Охарактеризуйте характеристики дослідження, учасників тощо
- Включіть описові результати та аналітичні результати
- Використовуйте суміш тексту, таблиць, малюнків, фотографій відповідно до ваших даних

Дискусія (2-3 хв)

- Інтерпретація висновків
 - Не повторюйте результати
 - Пріоритет висновків від найбільш важливих до найменших
 - Пов'язати висновки з цілями дослідження
- Включіть висновки у контекст попередніх досліджень
- Обмеження (лише важливі)
- Слайди на основі ваших висновків
- Слайд рекомендацій
 - Напрямки для подальших досліджень

ВПРАВА В. Слайдшоу у сервісі Canva, Spark Adobe, Biteable
 ВПРАВА Г. 3 хвилини для публічного виступу

4. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Основними методами навчання є: лекції, тренінги, ситуаційні завдання, ділові ігри, практичні завдання, наукова робота, провокаційні запитання.

5. ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ

Оцінювання результатів поточної роботи (завдань, що виконуються на практичних, семінарських, лабораторних, індивідуальних заняттях та консультаціях, результати самостійної роботи студентів) проводиться за такими критеріями:

Розрахункові завдання, задачі, лабораторні роботи (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково та містить суттєві помилки методичного або розрахункового характеру;

60% – завдання виконано повністю, але містить суттєві помилки у розрахунках або в методиці;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки (розмірності, висновки, оформлення тощо);

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень. Ситуаційні вправи, конкретні ситуації та інші завдання творчого характеру (у % від кількості балів, виділених на завдання із заокругленням до цілого числа):

0% – завдання не виконано;

40% – завдання виконано частково, висновки не аргументовані і не конкретні, звіт підготовлено недбало;

60% – завдання виконано повністю, висновки містять окремі недоліки, судження студента не достатньо аргументовані, звіт підготовлено з незначним відхиленням від вимог;

80% – завдання виконано повністю і вчасно, проте містить окремі несуттєві недоліки не системного характеру;

100% – завдання виконано правильно, вчасно і без зауважень. Підсумкові оцінки з навчальної дисципліни «Технології публічного управління» виставляються студентам за сумарною кількістю набраних балів, отриманих в результаті поточного контролю.

Позитивні оцінки виставляються тільки тим студентам, які виконали всі види навчальної роботи, передбачені робочою програмою навчальної дисципліни і набрали за результатами поточного контролю не менше 60 балів.

6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. “#TiSDD Method: Secondary Research.” Thisisservicedesigndoing.com, 2021, www.thisisservicedesigndoing.com/methods/secondary-research. (дата звернення 10 березня 2021).
2. “20 Useful Online Tools for Design Thinking | SessionLab.” SessionLab, 19 Mar. 2019, www.sessionlab.com/blog/design-

- thinking-online-tools/. (дата звернення 10 березня 2021)
3. “A 10-15 Minute Scientific Presentation, Part 1: Creating an Introduction :: CLIMB - Northwestern University.” Northwestern.edu, 2021, www.northwestern.edu/climb/resources/oral-communication-skills/creating-an-intro.html. (дата звернення 12 травня 2021)
 4. “Creating the Body of a 10-15 Minute Scientific Presentation: Design/Methods, Data/Results, Conclusions :: CLIMB - Northwestern University.” Northwestern.edu, 2021, www.northwestern.edu/climb/resources/oral-communication-skills/creating-presentation-body.html. (дата звернення 12 травня 2021)
 5. “Design Kit.” Designkit.org, 2021, www.designkit.org/methods/secondary-research. (дата звернення 10 березня 2021)
 6. “Design Thinking Methods Catalogue.” Designthinking-
Methods.com, 2019, www.designthinking-methods.com/en/. (дата звернення 10 березня 2021)
 7. “Method Library — This Is Service Design Doing.” Thisisservicedesigndoing.com, 2021, www.thisisservicedesigndoing.com/methods. (дата звернення 10 березня 2021)
 8. “Oral Presentation Structure | Learn Science at Scitable.” Nature.com, 2014, www.nature.com/scitable/topicpage/oral-presentation-structure-13900387/. (дата звернення 12 травня 2021)
 9. “Quantitative Methods.” Coursera, 2017, www.coursera.org/learn/quantitative-methods. (дата звернення 13 травня 2021)
 10. “Science Literacy.” Coursera, 2017, www.coursera.org/learn/science-literacy. (дата звернення 13 травня 2021)
 11. “The Best X in Town: A Project for Teaching Research Methods.” Active Learning in Political Science ©, 18 Feb. 2015, activelearningps.com/2015/02/18/the-best-x-in-town-a-

- project-for-teaching-research-methods/. (дата звернення 29 березня 2021)
12. “Writing Exercises | Collegewide Writing Center | SUNY Empire State College.” Esc.edu, 2021, www.esc.edu/online-writing-center/resources/exercises/. (дата звернення 10 березня 2021)
 13. “11 Steps Process as a Research Method.” ResearchGate, 2018, www.researchgate.net/publication/328807117_11_Steps_Process_as_A_Research_Method, 10.13189/ujer.2018.061125. (дата звернення 16 лютого 2021)
 14. Carpi, Anthony, and Anne E Egger. “The Scientific Method.” Visionlearning, Visionlearning, Inc., 18 Feb. 2003, www.visionlearning.com/en/library/General-Science/3/The-Scientific-Method/45/reading. (дата звернення 31 березня 2021).
 15. Coonoor Behal, Mindhatch. “Design Thinking: The Scientific Method for Innovation.” Medium, Medium, 7 Sept. 2016, coonoor.medium.com/design-thinking-the-scientific-method-for-innovation-f5912e721063. (дата звернення 16 лютого 2021).
 16. D’ávila, Bettina. “Reframing the Problem - NYC Design - Medium.” Medium, NYC Design, 22 Jan. 2019, medium.com/nyc-design/reframing-the-problem-200f6c966dfc. (дата звернення 24 березня 2021)
 17. Elsevier. “How to Give a Dynamic Scientific Presentation.” Elsevier Connect, 2015, www.elsevier.com/connect/how-to-give-a-dynamic-scientific-presentation. (дата звернення 12 травня 2021)
 18. Krisztina Szerovay. “Secondary Research - UX Knowledge Base Sketch.” Medium, UX Knowledge Base Sketch, 7 May 2019, uxknowledgebase.com/secondary-research-b19ecb6f646f. (дата звернення 10 березня 2021)
 19. Nessler, Dan. “How to Apply a Design Thinking, HCD, UX or Any Creative Process from Scratch — Revised & New Version.” Medium, UX Collective, 6 Feb. 2018, uxdesign.cc/how-to-solve-problems-applying-a-uxdesign-

- designthinking-hcd-or-any-design-process-from-scratch-v2-aa16e2dd550b. (дата звернення 16 лютого 2021)
20. Rauno Pello. “Design Science Research — a Short Summary - Rauno Pello - Medium.” Medium, Medium, 31 Oct. 2018, medium.com/@pello/design-science-research-a-summary-bb538a40f669. (дата звернення 16 лютого 2021)
 21. Антон Кацаф. “Подборка книг, тестов и курсов, чтобы развить критическое мышление.” Vc.ru, vc.ru, 30 Aug. 2020, vc.ru/life/154179-podborka-knig-testov-i-kursov-chtoby-razvit-kriticheskoe-myshlenie. (дата звернення 24 березня 2021)
 22. ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ | DV101 | Prometheus. Prometheus.org.ua, 2016, courses.prometheus.org.ua/courses/IRF/DV101/2016_T3/course/. (дата звернення 13 серпня 2021).
 23. Галич, В. М. (2020) Методичні вказівки до виконання практичних завдань та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Наукові студії» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Публічне управління та адміністрування» спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» денної форми навчання. <http://ep3.nuwm.edu.ua/17707/>
 24. НАУКА ПОВСЯКДЕННОГО МИСЛЕННЯ | THINK101 | Prometheus. Prometheus.org.ua, 2016, courses.prometheus.org.ua/courses/UQx/THINK101/2016_T2/course/. (дата звернення 13 серпня 2021)
 25. Основи наукових досліджень: навч. посіб. / за заг. ред. Т. В. Гончарук. — Тернопіль, 2014. — 272 с.
 26. Посібник ‘Уроки критичного мислення.’ Edpro.ua, 2014, edpro.ua/blog/posibnyk-uroky-krytychnogo-myslennja. (дата звернення 24 березня 2021).