

**Методические рекомендации  
по подготовке выпускных квалификационных работ  
студентов магистерской программы  
«Педагогический дизайн: теория и практика обучения»**

*Корешникова Ю. Н., канд. пед. наук  
Агаджанян А.Г.*

**1. Основные положения**

1.1. Настоящий документ устанавливает требования и рекомендации к выпускной квалификационной работе студентов (ВКР), обучающихся на магистерской программе «Педагогический дизайн: теория и практика обучения».

1.2. Настоящий документ разработан на основе «Положения о практической подготовке студентов основных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» от 13.07.2021 (<https://www.hse.ru/docs/490476951.html>) и на основе Положения о государственной итоговой аттестации студентов образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» от 20.04.2022 (<https://www.hse.ru/docs/594887310.html>).

1.3. ВКР должна демонстрировать/подтверждать наличие у студента большинства компетенций, сформулированных в стандарте магистерской программы «Педагогическое образование».

1.4 Работа над ВКР ведется в течение 2 лет обучения: на 1 курсе студенты готовят исследовательский проект, на 2 курсе – ВКР.

1.5. ВКР является логическим продолжением исследовательского проекта, целью работы над которыми является разработка образовательного продукта.

1.6. Исследовательский проект и ВКР оформляются в формате портфолио, включающего в себя элементы, соответствующие описанию этапов, которые проходит педагогический дизайнер в ходе разработки образовательного продукта.

**2. Выпускная квалификационная работа как образовательный продукт**

2.1. Образовательный продукт — это итог целенаправленной проектной деятельности, представляющий собой целостную, завершённую и методически обоснованную разработку, созданную с учётом экономической целесообразности.

2.2. Примеры типов образовательных продуктов представлены в таблице №1.

*Таблица №1. Примеры типов образовательных продуктов*

Тип образовательного продукта	Описание
-------------------------------	----------

Рабочая предметная программа для уровней общего образования (дошкольное; начальное 1-4 кл.; основное 5-9 кл.; среднее 10-11 кл.) или профессионального образования (СПО/ВО).	Продолжительность дисциплины — не менее 34 часов. Пример: программа по математике для 5 класса.
Программа учебного курса дополнительного профобразования, повышения квалификации или обучения детей/взрослых.	Продолжительность учебного курса — не менее 54 часов. Пример: программа курса по цифровой грамотности для педагогов.
Концепция магистерской / бакалаврской программы / программы специалитета / базового высшего образования / специализированного высшего образования	Предполагается, что концепция включает в себя: 1) Паспорт образовательной программы 2) Учебный план 3) Данные о кадровом обеспечении образовательной программы 4) Аннотации дисциплин 5) Обоснование открытия 6) Бизнес-модель Пример: концепция магистерской программы по урбанистике.
Дополнительный вариант	Иной тип продукта, согласованный с комиссией (например, мобильное приложение, симулятор, геймифицированный тренажёр).

2.4. Образовательный продукт концептуализируется и обосновывается через набор взаимосвязанных элементов, формирующих портфолио проекта, представленных в таблице №2.

Таблица №2. Элементы образовательного продукта.

№	Название элемента	Описание
2.6.1	Road-map (дорожная карта) продукта (1 курс)	Календарный план (дорожная карта) разработки образовательного продукта, включая все этапы жизненного цикла продукта по модели ADDIE (анализ, проектирование, разработка, реализация, оценка)
2.6.2	Теоретическое обоснование (1 курс)	Научное обоснование выбора педагогических подходов с учетом возрастных и когнитивных особенностей целевой аудитории, анализ нейрокогнитивных принципов проектирования обучения, а также обоснование выбора модели педагогического дизайна и профессиональной специфики.
2.6.3	Исследование для создания образовательного продукта (1 курс)	Вопросы, на которые отвечает данный элемент: 1. Есть ли рынок для реализации создаваемого образовательного продукта и его размер?

		<p>2. Динамика рынка: растёт/стагнирует/падает?</p> <p>3. Кто конкуренты и где их «слабые места»?</p> <p>4. Кто ваша целевая аудитория и какие у неё запросы (JTBD — «какую работу» продукт делает для человека)?</p> <p>5. Какой должен быть создаваемый образовательный продукт?</p> <p>Структура элемента:</p> <p>1. Анализ конкурентной среды (в зависимости от наличия аналогов на рынке),</p> <p>2. Исследование целевой аудитории с построением детализированного портрета,</p> <p>3. Карта стейкхолдеров</p> <p>4. Описание взаимосвязей между теоретическим обзором (п. 2.6.2) и проведенным исследованием</p> <p>5. Описание преимуществ, отличительных особенностей создаваемого образовательного продукта.</p>
2.6.4	Бриф (1 курс)/ Концепция (2 курс) образовательного продукта	<p>Бриф образовательного продукта (элемент, создаваемый на 1-м курсе) - первоначальная итерация, которая должна содержать:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цели образовательного продукта;</li> <li>2. Образовательные результаты;</li> <li>3. Теоретическое обоснование, включая подход и модель проектирования;</li> <li>4. Выводы по исследованию (п. 2.6.3.) для создания образовательного продукта;</li> <li>5. Формат образовательного продукта (онлайн/офлайн/гибрид);</li> <li>6. Учебные технологии;</li> <li>7. Структуру образовательного продукта (модули, часы, баланс теории/практики);</li> <li>8. Прототип образовательного продукта<sup>1</sup>.</li> </ol> <p>Концепция образовательного продукта (элемент, создаваемый на 2-м курсе) - развитая</p>

<sup>1</sup> Прототип имитирует внешний вид, логику и содержание (часто имеет упрощенный внешний вид без дополнительных элементов, содержит **содержательное ядро** продукта). Он используется для внутренней оценки, то есть не предлагается для продажи аудитории. С помощью него тестируется, работает ли продукт на достижение целей, образовательных результатов. Прототип демонстрирует теоретические основания, заложенные в продукте (модель педагогического дизайна, теории в проектировании обучения) и соответствует выводам, сделанным в исследовании для создания образовательного продукта. Апробация прототипа образовательного продукта является обязательным требованием с последующим анализом результатов и формулировкой направлений доработки или доказательством того, что прототип не нуждается в доработке.

		<p>и детализированная версия брифа, которая дополнительно должна содержать:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Детализацию учебных технологий (конкретные элементы курса для реализации подходов, моделей и форматов);</li> <li>2. План работы с мотивацией студентов и их образовательным опытом в формате SJM;</li> <li>3. Систему оценивания;</li> <li>4. Ключевые метрики образовательного продукта (для измерения эффективности);</li> <li>5. Уточненную и обоснованную структуру образовательного продукта;</li> <li>6. Методические материалы - учебный план с тематическим содержанием, разработанные материалы (сценарии занятий, задания, оценочные средства), результаты апробации с рекомендациями по внедрению, а также документация, отражающая логику проектирования и ссылки на все материалы.</li> </ol>
2.6.5	Питч-дек (1 курс)	<p>Питч-дек презентуется в формате публичной защиты.</p> <p>Питч-дек состоит из:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Название образовательного продукта, автор</li> <li>2. Обоснование актуальности создания образовательного продукта с опорой на открытые данные</li> <li>3. Краткий итог исследования для создания образовательного продукта. Выявленная практическая проблема, которую решает образовательный продукт. Конкурентные преимущества образовательного продукта.</li> <li>4. Прототип образовательного продукта</li> <li>5. Road-map продукта</li> </ol>
2.6.6	Юнит-экономика продукта (2 курс)	<p>Расчет экономической модели продукта (себестоимость, ценообразование, прогнозируемый возврат инвестиций) и прогнозирование ключевых бизнес-метрик.</p>
2.6.7	Стратегия продвижения (2 курс)	<p>Карта пути потребителя (CJM), описание каналов привлечения целевой аудитории, коммуникационную стратегию и план внедрения продукта.</p>

2.5. Создание образовательного продукта носит итеративный и не обязательно строго последовательный характер. Разработка различных элементов может вестись

параллельно или требовать нескольких циклов доработки и взаимной корректировки.

2.6. Выпускная квалификационная работа может быть выполнена индивидуально или в группе (преимущественно из двух человек, в исключительных случаях – из трех). В случае групповой работы в аннотации подробно описывается вклад каждого члена группы с указанием конкретных элементов портфолио. В этом случае аннотация может быть увеличена до 4000 знаков. Научный руководитель в своем отзыве подтверждает указанную в аннотации к работе информацию, отдельно характеризуя вклад каждого студента в работу. На защите ВКР каждый член группы подробно освещает свой элемент портфолио, но должен быть готов ответить на вопросы и прокомментировать всю работу в целом.

2.7. Магистрант обязан предоставить электронную копию ВКР. Публикация в открытом доступе аннотаций и полных текстов ВКР на портале осуществляется в соответствии с локальными нормативными актами НИУ ВШЭ.

### **3. Этические требования**

3.1. ВКР должна рассматриваться как публичный документ в открытом доступе, со всеми вытекающими отсюда последствиями, касающимися защиты персональных данных граждан.

3.2. Запрещено использовать подлинные имена несовершеннолетних и фотографии их лиц в тексте ВКР.

3.3. Сбору любых личных данных должно предшествовать письменное согласие исследуемых или, в случае использования несовершеннолетних, их родителей (опекунов).

3.4. Запрещается экспериментальное или иное исследовательское воздействие, которое может нанести ущерб исследуемым.

3.5. Запрещается использование информации с сайтов организаций, признанных экстремистскими на территории Российской Федерации.

3.6. В случае использования при написании текста ВКР технологий искусственного интеллекта (генеративных моделей) студент обязан сопроводить выполняемое задание специальным разделом «Описание применения генеративной модели» с описанием целей применения, названия конкретной генеративной модели, адреса ее сайта в интернете (либо описания иного источника модели), и способа ее применения. Использование генеративных моделей без указания на это установленным образом считается нарушением академических норм и оценивается оценкой «0».

3.7. ВКР должна выполняться обучающимся самостоятельно. Плагиат в любой (сознательной или случайной) форме запрещен. Плагиат является одним из проявлений нарушения академических норм и определяется как использование в письменной работе чужого текста или иного объекта авторских прав, опубликованного в бумажном или электронном виде, без полной ссылки (то есть без указания имени автора и источника заимствования) или со ссылками, но так, что объем и характер заимствований ставят под сомнение самостоятельность выполненной работы или одного из ее основных разделов. Проверка ВКР на плагиат является обязательной.

### **4. Подготовка и защита ВКР**

4. Подготовка ВКР ведётся в течение 2 лет и проходит следующие основные этапы:

- 4.1. Выбор темы исследовательского проекта и ВКР<sup>2</sup>.
  - 4.1.1. Тема ВКР определяется, исходя из научных интересов студента, и / или в соответствии с темами, предлагаемыми центрами, лабораториями и преподавателями Института образования или внешними организациями в случае согласия академического руководителя программы.
  - 4.1.2. Выбранная тема обосновывается. Обоснование темы представляется в виде карточки (Приложение 1). Презентация обоснования выбора темы осуществляется в рамках Проектно-исследовательского семинара (ПИС).
- 4.2. Подготовка проекта портфолио образовательного продукта на 1-м курсе включает в себя элементы: Road-map проекта (дорожная карта), Теоретическое обоснование, Исследование для создания образовательного продукта, Бриф образовательного продукта, Питч-дек, списка литературы (прилагается к каждому элементу портфолио) (таблица 2)
- 4.3. Получение отзыва научного руководителя на исследовательский проект в формате портфолио образовательного продукта. Форма отзыва указана в *Приложении 2*.
- 4.4. Получение отзыва рецензента на исследовательский проект в формате портфолио образовательного продукта. Форма отзыва указана в *Приложении 3*.
- 4.5. Публичная защита в формате «Питч-дек» исследовательского проекта. Оценка за исследовательский проект складывается из оценки научного руководителя (0,2), оценки рецензента (0,3) и оценки за публичную защиту питч-дека (0,5). Критерии указаны в *Приложении 4*. 1-й курс завершается элементами, отраженными на *схеме 1*.

Схема 1.



- 4.6. В случае неудовлетворительной оценки исследовательский проект подлежит обязательной передаче в установленные сроки.
- 4.7. Утверждение темы ВКР. В начале второго года обучения студент имеет право изменить или уточнить тему ВКР, а также сменить научного руководителя. Тема ВКР может быть изменена / уточнена не позднее, чем

<sup>2</sup> Тема исследовательского проекта и ВКР может как совпадать с названием образовательного продукта, так и отличаться. Однако тема исследовательского проекта/ВКР должна отражать ключевую идею создаваемого образовательного продукта

за 1 месяц до загрузки ВКР в систему LMS. В случае изменения темы ВКР ее необходимо согласовать с академическим руководителем магистерской программы.

- 4.8. Подготовка ВКР. Шаблон титульного листа представлен в *Приложении 6*.
- 4.9. Предзащита ВКР. Предзащита ВКР осуществляется в рамках ПИС, и оценка за предзащиту является одним из элементов контроля ПИС.
- 4.10. Загрузка ВКР в систему LMS (не позднее чем за две недели до защиты ВКР).
- 4.11. Отзыв руководителя ВКР (в течение 7 дней после загрузки ВКР в LMS). Отзыв должен содержать рекомендуемую оценку ВКР по 10-балльной шкале. Форма и критерии отзыва представлены в *Приложении 6*.
- 4.12. Рецензирование ВКР. ВКР подлежат обязательному рецензированию. Академический руководитель программы определяет рецензентов в зависимости от темы работы из числа научно-педагогических работников НИУ ВШЭ или внешних образовательных организаций. Отзыв рецензента предоставляется не позднее, чем за 6 календарных дней до защиты ВКР. Форма отзыва рецензента представлена в *Приложении 7*.
- 4.13. Защита ВКР. Защита ВКР проходит в соответствии с «Положением об организации и проведении государственной итоговой аттестации».
- 4.14. Итоговая оценка за ВКР выставляется членами ГЭК по итогам защиты, на основании критериев, указанных в *Приложении 8* к данным методическим рекомендациям, с учетом оценки рецензента (*Приложение 7*), при этом оценка руководителя носит рекомендательный характер.

## **5. Взаимодействие с научными руководителями**

5.1. Рекомендации для студента магистратуры при написании магистерской диссертации:

- 5.1.1. Студент обязан знать сроки, требования к подготовке (структуре научного аппарата, теоретической рамки, дизайну исследования/проекта и т. д.) магистерской диссертации, а также критерии оценки, критерии, правила недопущения плагиата и т. д. и соблюдать их.
- 5.1.2. При выборе научного руководителя студентам рекомендуется обращаться к возможным руководителям поочередно (а не одновременно). В случае, если студент связывается с более чем одним возможным руководителем, студент должен сообщить руководителям, с которыми он *не* будет работать, о принятом им решении.
- 5.1.3. Если студент решает работать над темой, выходящей за рамки специализации выбранного им научного руководителя, выбор темы является собственной ответственностью студента, хотя она по-прежнему подлежит утверждению научным руководителем.
- 5.1.4. Студент и научный руководитель согласовывают план работы над диссертацией.
- 5.1.5. Студент берет на себя ответственность за соблюдение сроков подготовки (плана) магистерской диссертации, которые он заранее обсудил с научным руководителем. В обозначенные сроки студент сам выходит на связь с руководителем. Также студент может дополнительно выходить на связь с

- научным руководителем, если ему/ей нужна незапланированная ранее консультация.
- 5.1.6. Студент регулярно представляет научному руководителю черновики своей работы; студент должен осознавать, что без письменных черновиков научный руководитель не может дать подробный отзыв о ВКР.
  - 5.1.7. Студент должен отправить черновик как минимум за две недели до того, как потребуется обратная связь.
  - 5.1.8. Студент соблюдает все встречи и договоренности с научным руководителем, а также обеспечивает своевременную сдачу промежуточных материалов и окончательной версии магистерской диссертации.
  - 5.1.9. Студент понимает, что цель научного руководителя состоит в том, чтобы дать такой отзыв, чтобы он/она мог закончить диссертацию, отвечающую всем требованиям. С другой стороны, студент должен понимать, что итоговая оценка диссертации включает в себя защиту диссертации, а также оценку рецензентов (помимо научного руководителя); по этой причине научный руководитель категорически не может гарантировать до защиты диссертации, что студент сдаст или получит определенную оценку.
  - 5.1.10. Студент понимает, что в случае утраты связи с научным руководителем по вине студента, к последнему могут быть применены дисциплинарные меры.
- 5.2. Рекомендации для научного руководителя магистерской диссертации:
- 5.2.1. Научный руководитель консультирует студента при выборе темы магистерской диссертации.
  - 5.2.2. Руководитель магистерской диссертации активно участвует в исследованиях по теме диссертации, которую он/она будет курировать, и поэтому хорошо осведомлен как о самом предмете, так и о соответствующей литературе. С одобрения научного руководителя студент может выбрать работу над темой, выходящей за пределы области специализации научного руководителя, но в этом случае научный руководитель должен дать студенту понять, что ему потребуется больший, чем обычно, уровень самостоятельности и ответственности за процесс подготовки ВКР.
  - 5.2.3. Руководитель поддерживает студента на протяжении всего процесса написания магистерской диссертации, стремясь к тому, чтобы студент представил диссертацию, отвечающую всем требованиям. Руководитель уделяет особое внимание поддержке студента на первом этапе написания диссертации, чтобы как можно скорее направить его на правильный путь.
  - 5.2.4. Руководитель предлагает некоторые из наиболее важных первичных текстов, относящихся к теме магистерской диссертации студента, и при необходимости помогает студенту выбрать дополнительную литературу.
  - 5.2.5. Руководитель помогает студенту подготовить посильный план работы, чтобы студент смог завершить диссертацию за два учебных года.
  - 5.2.6. Руководитель дает обратную связь все предоставляемые ему варианты магистерской диссертации, уделяя особое внимание плану работы на будущий год, который является частью первого года работы. Если план работы нереалистичен, руководитель консультирует студента, как его изменить.

- 5.2.7. Руководитель и студент обсуждают график и способы взаимодействия друг с другом в течение всего периода подготовки диссертации. Рекомендуется встречаться не реже одного раза в месяц на 1 курсе и не менее 2 раз в месяц на втором.
- 5.2.8. Руководитель доводит до студента критерии оценки, касающиеся как диссертации, так и защиты.
- 5.2.9. Руководитель стремится своевременно отвечать на электронные письма студента (в течение недели) и встречаться со студентом лично в соответствии с утверждённым совместно графиком встреч, сообщая студенту как можно раньше, если встречу необходимо перенести. Предоставление консультаций в каникулы может быть обговорено со студентом дополнительно.
- 5.2.10. Руководитель стремится предоставить отзыв о черновиках студента в течение двух недель с момента их получения. Если это невозможно, руководитель должен проинформировать студента, когда можно ожидать обратной связи. По возможности обратная связь должна предоставляться во время личных встреч. Обратная связь должна быть достаточно конкретной и указывать, как можно улучшить работу студента.
- 5.2.11. Руководитель дает отзыв о содержании всех элементов, которые студент присылает, но не обязан давать отзыв по одной и той же части диссертации дважды.

5.3. В случае возникновения серьезных проблем во взаимодействии студента и научного руководителя и/или нарушения этических требований студенты или научные руководители могут обратиться к Академическому руководителю магистерской программы «Педагогический дизайн: теория и практика обучения», Агаджанян Ангелине Геннадьевне по электронной почте [agagadjanyan@hse.ru](mailto:agagadjanyan@hse.ru).

**Карточка образовательного продукта для обоснования выбора темы  
(Пункт 4.1.2)**

Тип образовательного продукта	Пункт 2.2. данных методических рекомендаций
Название образовательного продукта	
Краткое описание образовательного продукта: практическая значимость, предполагаемая целевая аудитория, формат (онлайн, оффлайн, смешанный)	
Структура образовательного продукта: из каких элементов состоит, примерное количество занятий	
Экспертная поддержка для проектирования данного образовательного продукта.	Нужна / не нужна
Научный руководитель	Если выбран на момент подготовки обоснования образовательного продукта

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования Национальный исследовательский  
университет «Высшая школа экономики»  
Институт образования**

**направление подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование»  
Магистерская программа «Педагогический дизайн: теория и практика  
обучения»**

**Лист оценки для исследовательского проекта научным руководителем**

Ф.И.О. студента	
Курс, факультет	1 курс, Факультет социальных наук
Тема работы	
Научный руководитель	

<b>Разделы работы и критерии</b>	<b>Оценка в баллах 0 / 0,5 или 1 по каждому критерию</b>
<b>Элемент «Road-map проекта»</b> 1. Календарный план разработки образовательного продукта включает все этапы жизненного цикла продукта по модели ADDIE (анализ, проектирование, разработка, реализация, оценка), этапы логично связаны друг с другом, 2. Задачи внутри этапов детализированы 3. Сроки и ресурсы реалистичны	
<b>Элемент «Теоретическое обоснование»</b> 4. Анализ возрастных особенностей целевой аудитории. При описании возрастных характеристик целевой аудитории учтено соотношение возрастных категорий; характеристик образовательного и профессионального опыта; мотивация; эмоционально-волевые, когнитивные аспекты, ключевые ценности; связь возрастных особенностей с выбором педагогических подходов: какие особенности когнитивной, мотивационной, эмоциональной сферы, а также профессиональный и образовательный опыт обучающихся будут способствовать прогрессу в обучении. 5. Когнитивные механизмы обучения. Анализ нейрокогнитивных принципов проектирования обучения проведен с учетом механизмов базовых когнитивных процессов (внимание, память, категоризация, принятие решения) и современных теоретических моделей в рамках когнитивной науки применительно к ЦА, а также связи когнитивных эффектов с образовательными результатами: источники трудностей в обучении и варианты их	

<p>компенсации (когнитивная нагрузка, метакогнитивная регуляция, опосредование и другие)</p> <p>6. Выбор модели педагогического дизайна обоснован с учетом теорий обучения и теорий педагогического дизайна, характеристик целевой аудитории, включая когнитивные механизмы обучения</p>	
<p><b>Элемент «Исследование для создания образовательного продукта»</b></p> <p>7. Анализ конкурентной среды (в зависимости от наличия аналогов на рынке<sup>3</sup>) представлено в формате сравнительной таблицы 8–12 конкурентов и 3–5 заменителей. Минимум 6 метрик: цена, продолжительность/нагрузка, формат (онлайн/офлайн; синхронный/асинхронный), целевая аудитория, включая уровень образования (школа, СПО, ВО и т. д.), документ, выдаваемый по завершению, открытые сигналы спроса (потoki, отзывы). Итог — вывод «окно возможностей».</p> <p>8. Исследование целевой аудитории с построением детализированного портрета ЦА в формате формулировки JTBD, 5–8 коротких интервью (или 3–5 интервью + опрос ≥30 ответов). Итог представляет собой карту «запросов/выгод/барьеров», сведенных в один сигнал готовности платить. Итог — четкие сегменты: кто платит и за что.</p> <p>9. Карта стейкхолдеров в формате матрицы «влияние × интерес» и одной продуктовой импликации — на кого ориентируем прототип и почему</p> <p>10. Описание взаимосвязей между теоретическим обзором и проведенным исследованием</p> <p>11. Описание преимуществ, отличительных особенностей создаваемого образовательного продукта.</p>	
<p><b>Элемент «Бриф образовательного продукта»</b></p> <p>12. Цели образовательного продукта: измеримы, соответствуют потребностям ЦА</p> <p>13. Образовательные результаты: четко сформулированы компетенции</p> <p>14. Подход и модель проектирования теоретически обоснованы</p> <p>15. Выводы по исследованию для создания образовательного продукта;</p> <p>16. Формат образовательного продукта (онлайн/офлайн/гибрид); учебные технологии приведены с обоснованием выбора; применен принцип конструктивной согласованности</p> <p>17. Структура образовательного продукта (модули, часы, баланс теории/практики) логична, количество часов реалистично, соответствует имеющимся ресурсам (время, бюджет, инфраструктура)</p> <p>18. Прототип образовательного продукта: демонстрирует ядро образовательного решения, согласован в другие элементы (теоретическое обоснование, исследование для создания продукта, goad-map), работоспособен (соответствует минимальному набору функций от финального варианта), апробирован и проанализирован (наличие плана апробации (цель, методы, выборка), качественный анализ результатов (SWOT-анализ), прописаны предложения по коррекции продукта с привязкой к выявленным проблемам</p>	
<p><b>Текст портфолио</b></p> <p>19. Понятная и соответствующая целям и задачам структура. Понятный и уместный академический язык</p> <p>20. Каждый элемент содержит список литературы (не менее 5 релевантных исследований). Корректное реферирование и цитирование</p>	
<p><b>Общие комментарии</b></p>	

<sup>3</sup> В случае отсутствия аналогов, необходимо это доказать с приведением результатов исследования

<p><b>Итоговая оценка</b> (сумма баллов от 0 до 20, делением полученной суммы на 2 оценка переводится в шкалу от 1 до 10 баллов, выставляется целое значение в соответствии с математическими правилами округления)</p>	<p>_____ / _____ из 20 / из 10</p>

**Научный руководитель,**  
ученая степень, звание,  
кафедра/департамент

\_\_\_\_\_ / И.О. Фамилия /  
подпись

\_\_\_\_\_ /  
дата

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования Национальный исследовательский  
университет «Высшая школа экономики»  
Институт образования**

**направление подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование»  
Магистерская программа «Педагогический дизайн: теория и практика  
обучения»**

**Лист оценки для исследовательского проекта рецензентом**

Ф.И.О. студента	
Курс, факультет	1 курс, Факультет социальных наук
Тема работы	
Научный руководитель	

<b>Разделы работы и критерии</b>	<b>Оценка в баллах 0 / 0,5 или 1 по каждому критерию</b>
<b>Элемент «Road-map проекта»</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Календарный план разработки образовательного продукта включает все этапы жизненного цикла продукта по модели ADDIE (анализ, проектирование, разработка, реализация, оценка), этапы логично связаны друг с другом,</li><li>2. Задачи внутри этапов детализированы</li><li>3. Сроки и ресурсы реалистичны</li></ol>	
<b>Элемент «Теоретическое обоснование»</b> <ol style="list-style-type: none"><li>4. Анализ возрастных особенностей целевой аудитории. При описании возрастных характеристик целевой аудитории учтено соотношение возрастных категорий; характеристик образовательного и профессионального опыта; мотивация; эмоционально-волевые, когнитивные аспекты, ключевые ценности; связь возрастных особенностей с выбором педагогических подходов: какие особенности когнитивной, мотивационной, эмоциональной сферы, а также профессиональный и образовательный опыт обучающихся будут способствовать прогрессу в обучении.</li><li>5. Когнитивные механизмы обучения. Анализ нейрокогнитивных принципов проектирования обучения проведен с учетом механизмов базовых когнитивных процессов (внимание, память, категоризация, принятие решения) и современных теоретических моделей в рамках когнитивной науки применительно к ЦА, а также связи когнитивных эффектов с образовательными результатами: источники трудностей в обучении и варианты их</li></ol>	

<p>компенсации (когнитивная нагрузка, метакогнитивная регуляция, опосредование и другие)</p> <p>6. Выбор модели педагогического дизайна обоснован с учетом теорий обучения и теорий педагогического дизайна, характеристик целевой аудитории, включая когнитивные механизмы обучения</p>	
<p><b>Элемент «Исследование для создания образовательного продукта»</b></p> <p>7. Анализ конкурентной среды (в зависимости от наличия аналогов на рынке<sup>4</sup>) представлено в формате сравнительной таблицы 8–12 конкурентов и 3–5 заменителей. Минимум 6 метрик: цена, продолжительность/нагрузка, формат (онлайн/офлайн; синхронный/асинхронный), целевая аудитория, включая уровень образования (школа, СПО, ВО и т. д.), документ, выдаваемый по завершению, открытые сигналы спроса (потoki, отзывы). Итог — вывод «окно возможностей».</p> <p>8. Исследование целевой аудитории с построением детализированного портрета ЦА в формате формулировки JTBD, 5–8 коротких интервью (или 3–5 интервью + опрос ≥30 ответов). Итог представляет собой карту «запросов/выгод/барьеров», сведенных в один сигнал готовности платить. Итог — четкие сегменты: кто платит и за что.</p> <p>9. Карта стейкхолдеров в формате матрицы «влияние × интерес» и одной продуктовой импликации — на кого ориентируем прототип и почему</p> <p>10. Описание взаимосвязей между теоретическим обзором и проведенным исследованием</p> <p>11. Описание преимуществ, отличительных особенностей создаваемого образовательного продукта.</p>	
<p><b>Элемент «Бриф образовательного продукта»</b></p> <p>12. Цели образовательного продукта: измеримы, соответствуют потребностям ЦА</p> <p>13. Образовательные результаты: четко сформулированы компетенции</p> <p>14. Подход и модель проектирования теоретически обоснованы</p> <p>15. Выводы по исследованию для создания образовательного продукта;</p> <p>16. Формат образовательного продукта (онлайн/офлайн/гибрид); учебные технологии приведены с обоснованием выбора; применен принцип конструктивной согласованности</p> <p>17. Структура образовательного продукта (модули, часы, баланс теории/практики) логична, количество часов реалистично, соответствует имеющимся ресурсам (время, бюджет, инфраструктура)</p> <p>18. Прототип образовательного продукта: демонстрирует ядро образовательного решения, согласован в другие элементы (теоретическое обоснование, исследование для создания продукта, goad-map), работоспособен (соответствует минимальному набору функций от финального варианта), апробирован и проанализирован (наличие плана апробации (цель, методы, выборка), качественный анализ результатов (SWOT-анализ), прописаны предложения по коррекции продукта с привязкой к выявленным проблемам</p>	
<p><b>Текст портфолио</b></p> <p>19. Понятная и соответствующая целям и задачам структура. Понятный и уместный академический язык</p> <p>20. Каждый элемент содержит список литературы (не менее 5 релевантных исследований). Корректное реферирование и цитирование</p>	
<p><b>Общие комментарии</b></p>	

<sup>4</sup> В случае отсутствия аналогов, необходимо это доказать с приведением результатов исследования

<p><b>Итоговая оценка</b> (сумма баллов от 0 до 20, делением полученной суммы на 2 оценка переводится в шкалу от 1 до 10 баллов, выставляется целое значение в соответствии с математическими правилами округления)</p>	<p>_____ / _____ из 20 / из 10</p>

**Рецензент,**

ученая степень, звание,  
кафедра/департамент

\_\_\_\_\_ / И.О. Фамилия /  
подпись

\_\_\_\_\_  
дата

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования Национальный исследовательский  
университет «Высшая школа экономики»  
Институт образования**

**направление подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование»  
Магистерская программа «Педагогический дизайн: теория и практика  
обучения»**

**Лист оценки для публичной защиты исследовательского проекта**

Ф.И.О. студента	
Курс, факультет	1 курс, Факультет социальных наук
Тема работы	
Научный руководитель	

«Питч-дек» защищается публично и включает в себя презентацию следующих элементов:

1. Название образовательного продукта, автор
2. Обоснование актуальности создания образовательного продукта с опорой на открытые данные
3. Краткий итог исследования для создания образовательного продукта. Выявленная практическая проблема, которую решает образовательный продукт. Конкурентные преимущества образовательного продукта.
4. Прототип образовательного продукта
5. Road-map продукта.

Полная версия всех элементов опубликована в портфолио студента.

<b>Разделы работы и критерии</b>	<b>Оценка в баллах 0 / 0,5 или 1 по каждому критерию</b>
<p><b>Элемент «Road-map проекта» (Входит в публичную защиту питч-дека и находится в портфолио)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Календарный план разработки образовательного продукта включает все этапы жизненного цикла продукта по модели ADDIE (анализ, проектирование, разработка, реализация, оценка), этапы логично связаны друг с другом,</li> <li>2. Задачи внутри этапов детализированы</li> <li>3. Сроки и ресурсы реалистичны</li> </ol>	
<p><b>Элемент «Теоретическое обоснование» (Находится в портфолио)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Анализ возрастных особенностей целевой аудитории. При описании возрастных характеристик целевой аудитории учтено соотношение возрастных категорий; характеристик образовательного и профессионального опыта; мотивация; эмоционально-волевые,</li> </ol>	

<p>когнитивные аспекты, ключевые ценности; связь возрастных особенностей с выбором педагогических подходов: какие особенности когнитивной, мотивационной, эмоциональной сферы, а также профессиональный и образовательный опыт обучающихся будут способствовать прогрессу в обучении.</p> <p>5. Когнитивные механизмы обучения. Анализ нейрокогнитивных принципов проектирования обучения проведен с учетом механизмов базовых когнитивных процессов (внимание, память, категоризация, принятие решения) и современных теоретических моделей в рамках когнитивной науки применительно к ЦА, а также связи когнитивных эффектов с образовательными результатами: источники трудностей в обучении и варианты их компенсации (когнитивная нагрузка, метакогнитивная регуляция, опосредование и другие)</p> <p>6. Выбор модели педагогического дизайна обоснован с учетом теорий обучения и теорий педагогического дизайна, характеристик целевой аудитории, включая когнитивные механизмы обучения</p>	
<p><b>Элемент «Исследование для создания образовательного продукта»</b>  <b>(Частично входит в публичную защиту питч-дека п. 10,</b>  <b>Все остальные пункты находятся в портфолио)</b></p> <p>7. Анализ конкурентной среды (в зависимости от наличия аналогов на рынке<sup>5</sup>) представлено в формате сравнительной таблицы 8–12 конкурентов и 3–5 заменителей. Минимум 6 метрик: цена, продолжительность/нагрузка, формат (онлайн/офлайн; синхронный/асинхронный), целевая аудитория, включая уровень образования (школа, СПО, ВО и т. д.), документ, выдаваемый по завершению, открытые сигналы спроса (потоки, отзывы). Итог — вывод «окно возможностей».</p> <p>8. Исследование целевой аудитории с построением детализированного портрета ЦА в формате формулировки JTBD, 5–8 коротких интервью (или 3–5 интервью + опрос ≥30 ответов). Итог представляет собой карту «запросов/выгод/барьеров», сведенных в один сигнал готовности платить. Итог — четкие сегменты: кто платит и за что.</p> <p>9. Карта стейкхолдеров в формате матрицы «влияние × интерес» и одной продуктовой импликации — на кого ориентируем прототип и почему</p> <p>10. Описание взаимосвязей между теоретическим обзором и проведенным исследованием</p> <p>11. Описание преимуществ, отличительных особенностей создаваемого образовательного продукта.</p>	
<p><b>Элемент «Бриф образовательного продукта»</b>  <b>(Частично входит в публичную защиту питч-дека п. 18</b>  <b>Все остальные пункты находятся в портфолио)</b></p> <p>12. Цели образовательного продукта: измеримы, соответствуют потребностям ЦА</p> <p>13. Образовательные результаты: четко сформулированы компетенции</p> <p>14. Подход и модель проектирования теоретически обоснованы</p> <p>15. Выводы по исследованию для создания образовательного продукта;</p> <p>16. Формат образовательного продукта (онлайн/офлайн/гибрид); учебные технологии приведены с обоснованием выбора; применен принцип конструктивной согласованности</p> <p>17. Структура образовательного продукта (модули, часы, баланс теории/практики) логична, количество часов реалистично, соответствует имеющимся ресурсам (время, бюджет, инфраструктура)</p>	

<sup>5</sup> В случае отсутствия аналогов, необходимо это доказать с приведением результатов исследования

<p>18. Прототип образовательного продукта: демонстрирует ядро образовательного решения, согласован в другие элементы (теоретическое обоснование, исследование для создания продукта, goad-map),</p> <p>19. Прототип работоспособен (соответствует минимальному набору функций от финального варианта),</p> <p>20. Прототип апробирован и проанализирован (наличие плана апробации (цель, методы, выборка), качественный анализ результатов (SWOT-анализ)</p> <p>21. В прототипе прописаны предложения по коррекции продукта с привязкой к выявленным проблемам</p>	
<p><b>Текст портфолио</b></p> <p>22. Понятная и соответствующая целям и задачам структура. Понятный и уместный академический язык</p> <p>23. Каждый элемент содержит список литературы (не менее 5 релевантных исследований). Корректное реферирование и цитирование</p>	
<p><b>Публичная защита</b></p> <p>24. Понятная и соответствующая целям и задачам структура презентации</p> <p>25. Понятный и уместный академический язык</p> <p>26. Качество слайдов: визуальная ясность, читаемость, отсутствие перегруженности</p> <p>27. Даны корректные ответы на все заданные вопросы</p> <p>28. Соблюдение регламента (умение уложиться в отведенное время)</p> <p>29. Убедительность и вовлеченность (ораторское искусство, эмоциональный контакт с аудиторией)</p> <p>30. Представлены ссылки на другие элементы для подтверждения своих тезисов</p>	
<p><b>Общие комментарии</b></p>	
<p><b>Итоговая оценка</b> (сумма баллов от 0 до 30, делением полученной суммы на 2 оценка переводится в шкалу от 1 до 10 баллов, выставляется целое значение в соответствии с математическими правилами округления)</p>	<p>_____ / _____ из 30 / из 10</p>

Пример оформления титульного листа проекта портфолио / ВКР

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»  
Институт образования

---

*Фамилия Имя Отчество автора<sup>6</sup>*

**НАЗВАНИЕ ТЕМЫ ВКР**

Выпускная квалификационная работа – ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОДУКТ  
по направлению подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование»  
образовательная программа «Педагогический дизайн: теория и практика  
обучения»

Рецензент  
д-р \_\_\_\_\_ наук, проф.

---

*И.О. Фамилия*

Руководитель  
д-р \_\_\_\_\_ наук, проф.

---

*И.О. Фамилия*

Консультант (если имеется)  
д-р \_\_\_\_\_ наук, проф.

---

*И.О. Фамилия*

Москва 202\_

---

<sup>6</sup> В случае групповой подготовки проекта / ВКР указываются все авторы.

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования Национальный исследовательский  
университет «Высшая школа экономики»  
Институт образования**

**направление подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование»  
магистерская программа «Педагогический дизайн: теория и практика  
обучения»**

**Отзыв научного руководителя  
на выпускную квалификационную работу**

Студента(тки) 2 курса \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
ФИО

на тему «\_\_\_\_\_»  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_»

Разделы работы и критерии	Оценка в баллах 0 / 0,5 или 1 по каждому критерию
<p><b>Элемент «Road-map проекта»</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Календарный план разработки образовательного продукта включает все этапы жизненного цикла продукта по модели ADDIE (анализ, проектирование, разработка, реализация, оценка), этапы логично связаны друг с другом,</li> <li>2. Задачи внутри этапов детализированы</li> <li>3. Сроки и ресурсы реалистичны</li> </ol>	
<p><b>Элемент «Теоретическое обоснование»</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Анализ возрастных особенностей целевой аудитории. При описании возрастных характеристик целевой аудитории учтено соотношение возрастных категорий; характеристик образовательного и профессионального опыта; мотивация; эмоционально-волевые, когнитивные аспекты, ключевые ценности; связь возрастных особенностей с выбором педагогических подходов: какие особенности когнитивной, мотивационной, эмоциональной сферы, а также профессиональный и образовательный опыт обучающихся будут способствовать прогрессу в обучении.</li> <li>5. Когнитивные механизмы обучения. Анализ нейрокогнитивных принципов проектирования обучения проведен с учетом механизмов базовых когнитивных процессов (внимание, память, категоризация, принятие решения) и современных теоретических моделей в рамках когнитивной науки применительно к ЦА, а также связи когнитивных эффектов с образовательными результатами: источники трудностей в обучении и варианты их</li> </ol>	

<p>компенсации (когнитивная нагрузка, метакогнитивная регуляция, опосредование и другие)</p> <p>6. Выбор модели педагогического дизайна обоснован с учетом теорий обучения и теорий педагогического дизайна, характеристик целевой аудитории, включая когнитивные механизмы обучения</p>	
<p><b>Элемент «Исследование для создания образовательного продукта»</b></p> <p>7. Анализ конкурентной среды (в зависимости от наличия аналогов на рынке<sup>7</sup>) представлено в формате сравнительной таблицы 8–12 конкурентов и 3–5 заменителей. Минимум 6 метрик: цена, продолжительность/нагрузка, формат (онлайн/офлайн; синхронный/асинхронный), целевая аудитория, включая уровень образования (школа, СПО, ВО и т. д.), документ, выдаваемый по завершению, открытые сигналы спроса (потoki, отзывы). Итог — вывод «окно возможностей».</p> <p>8. Исследование целевой аудитории с построением детализированного портрета ЦА в формате формулировки JTBD, 5–8 коротких интервью (или 3–5 интервью + опрос <math>\geq 30</math> ответов). Итог представляет собой карту «запросов/выгод/барьеров», сведенных в один сигнал готовности платить. Итог — четкие сегменты: кто платит и за что.</p> <p>9. Карта стейкхолдеров в формате матрицы «влияние <math>\times</math> интерес» и одной продуктовой импликации — на кого ориентируем MVP и почему</p> <p>10. Описание взаимосвязей между теоретическим обзором и проведенным исследованием</p> <p>11. Описание преимуществ, отличительных особенностей создаваемого образовательного продукта.</p>	
<p><b>Элемент «Концепция образовательного продукта»</b></p> <p>12. Цели образовательного продукта</p> <p>13. Сформулированные образовательные результаты</p> <p>14. Отражение выводов по исследованию для создания образовательного продукта с концепцией</p> <p>15. Формат образовательного продукта</p> <p>16. Подход и модель проектирования</p> <p>17. Учебные технологии (детализация форматов, модели; при помощи каких отдельных элементов курса будет реализован тот или иной подход и модель, а также формат)</p> <p>18. Мотивационная стратегия курса (SJM)</p> <p>19. Система оценивания</p> <p>20. Ключевые метрики образовательного продукта</p> <p>21. Структура образовательного продукта</p> <p>22. Методические материалы - учебный план с тематическим содержанием, разработанные материалы (сценарии занятий, задания, оценочные средства), результаты апробации с рекомендациями по внедрению, а также документация, отражающая логику проектирования и ссылки на все материалы.</p>	
<p><b>Элемент «Юнит-экономика продукта»</b></p> <p>23. Расчет экономической модели продукта (себестоимость, ценообразование, прогнозируемый возврат инвестиций)</p> <p>24. Прогнозирование ключевых бизнес-метрик.</p>	
<p><b>Элемент «Стратегия продвижения»</b></p> <p>25. Карта пути потребителя (CJM). Описание каналов привлечения целевой аудитории, коммуникационная стратегия.</p>	

<sup>7</sup> В случае отсутствия аналогов, необходимо это доказать с приведением результатов исследования

<p><b>Текст портфолио</b></p> <p>26. Понятная и соответствующая целям и задачам структура</p> <p>27. Понятный и уместный академический язык</p> <p>28. Использование актуальных, релевантных и надежных литературных источников и источников данных</p> <p>29. Корректное реферирование и цитирование. Релевантный объем материала</p> <p>30. Качественное представление данных в виде таблиц и рисунков и качественные приложения</p>	
<p><b>Общие комментарии</b></p>	
<p><b>Итоговая оценка</b> (сумма баллов от 0 до 30, делением полученной суммы на 3 оценка переводится в шкалу от 1 до 10 баллов, выставляется целое значение в соответствии с математическими правилами округления)</p>	<p>_____ / _____ из 30 / из 10</p>

**Научный руководитель,**  
ученая степень, звание,  
кафедра/департамент

\_\_\_\_\_ / И.О. Фамилия /  
подпись

\_\_\_\_\_ /  
Дата

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования Национальный  
исследовательский университет «Высшая школа экономики»  
Институт образования**

**направление подготовки 44.04.01 «Педагогический дизайн: теория и  
практика обучения»  
магистерская программа «Педагогический дизайн: теория и практика  
обучения»**

**Рецензия  
на выпускную квалификационную работу**

Студента(тки) 2 курса \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
ФИО

на тему «\_\_\_\_\_»

»

Разделы работы и критерии	Оценка в баллах 0 / 0,5 или 1 по каждому критерию
<p><b>Элемент «Road-map проекта»</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Календарный план разработки образовательного продукта включает все этапы жизненного цикла продукта по модели ADDIE (анализ, проектирование, разработка, реализация, оценка), этапы логично связаны друг с другом,</li> <li>2. Задачи внутри этапов детализированы</li> <li>3. Сроки и ресурсы реалистичны</li> </ol>	
<p><b>Элемент «Теоретическое обоснование»</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Анализ возрастных особенностей целевой аудитории. При описании возрастных характеристик целевой аудитории учтено соотношение возрастных категорий; характеристик образовательного и профессионального опыта; мотивация; эмоционально-волевые, когнитивные аспекты, ключевые ценности; связь возрастных особенностей с выбором педагогических подходов: какие особенности когнитивной, мотивационной, эмоциональной сферы, а также профессиональный и образовательный опыт обучающихся будут способствовать прогрессу в обучении.</li> <li>5. Когнитивные механизмы обучения. Анализ нейрокогнитивных принципов проектирования обучения проведен с учетом механизмов базовых когнитивных процессов (внимание, память, категоризация, принятие решения) и современных теоретических моделей в рамках когнитивной науки применительно к ЦА, а также связи когнитивных эффектов с образовательными результатами: источники трудностей в обучении и варианты их компенсации (когнитивная нагрузка, метакогнитивная регуляция,</li> </ol>	

<p>опосредование и другие)</p> <p>6. Выбор модели педагогического дизайна обоснован с учетом теорий обучения и теорий педагогического дизайна, характеристик целевой аудитории, включая когнитивные механизмы обучения</p>	
<p><b>Элемент «Исследование для создания образовательного продукта»</b></p> <p>7. Анализ конкурентной среды (в зависимости от наличия аналогов на рынке<sup>8</sup>) представлено в формате сравнительной таблицы 8–12 конкурентов и 3–5 заменителей. Минимум 6 метрик: цена, продолжительность/нагрузка, формат (онлайн/офлайн; синхронный/асинхронный), целевая аудитория, включая уровень образования (школа, СПО, ВО и т.д.), документ, выдаваемый по завершению, открытые сигналы спроса (потoki, отзывы). Итог — вывод «окно возможностей».</p> <p>8. Исследование целевой аудитории с построением детализированного портрета ЦА в формате формулировки JTBD, 5–8 коротких интервью (или 3–5 интервью + опрос ≥30 ответов). Итог представляет собой карту «запросов/выгод/барьеров», сведенных в один сигнал готовности платить. Итог — четкие сегменты: кто платит и за что.</p> <p>9. Карта стейкхолдеров в формате матрицы «влияние × интерес» и одной продуктовой импликации — на кого ориентируем MVP и почему</p> <p>10. Описание взаимосвязей между теоретическим обзором и проведенным исследованием</p> <p>11. Описание преимуществ, отличительных особенностей создаваемого образовательного продукта.</p>	
<p><b>Элемент «Концепция образовательного продукта»</b></p> <p>12. Цели образовательного продукта</p> <p>13. Сформулированные образовательные результаты</p> <p>14. Отражение выводов по исследованию для создания образовательного продукта с концепцией</p> <p>15. Формат образовательного продукта</p> <p>16. Подход и модель проектирования</p> <p>17. Учебные технологии (детализация форматов, модели; при помощи каких отдельных элементов курса будет реализован тот или иной подход и модель, а также формат)</p> <p>18. Мотивационная стратегия курса (SJM)</p> <p>19. Система оценивания</p> <p>20. Ключевые метрики образовательного продукта</p> <p>21. Структура образовательного продукта</p> <p>22. Методические материалы - учебный план с тематическим содержанием, разработанные материалы (сценарии занятий, задания, оценочные средства), результаты апробации с рекомендациями по внедрению, а также документация, отражающая логику проектирования и ссылки на все материалы</p>	
<p><b>Элемент «Юнит-экономика продукта»</b></p> <p>23. Расчет экономической модели продукта (себестоимость, ценообразование, прогнозируемый возврат инвестиций)</p> <p>24. Прогнозирование ключевых бизнес-метрик.</p>	
<p><b>Элемент «Стратегия продвижения»</b></p> <p>25. Карта пути потребителя (СJM). Описание каналов привлечения целевой аудитории, коммуникационная стратегия.</p>	
<p><b>Текст портфолио</b></p> <p>26. Понятная и соответствующая целям и задачам структура</p> <p>27. Понятный и уместный академический язык</p> <p>28. Использование актуальных, релевантных и надежных литературных</p>	

<sup>8</sup> В случае отсутствия аналогов, необходимо это доказать с приведением результатов исследования

источников и источников данных 29. Корректное реферирование и цитирование. Релевантный объем материала 30. Качественное представление данных в виде таблиц и рисунков и качественные приложения	
<b>Общие комментарии</b>	
<b>Итоговая оценка</b> (сумма баллов от 0 до 30, делением полученной суммы на 3 оценка переводится в шкалу от 1 до 10 баллов, выставляется целое значение в соответствии с математическими правилами округления)	_____/_____ из 30 / из 10

**Рецензент,**  
ученая степень, звание,  
кафедра/департамент

\_\_\_\_\_/ И.О. Фамилия /  
подпись

\_\_\_\_\_  
дата

Приложение 8.

Форма оценочного листа для публичной защиты ВКР

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования Национальный исследовательский  
университет «Высшая школа экономики»  
Институт образования**

**направление подготовки 44.04.01 «Педагогический дизайн: теория и практика  
обучения»  
магистерская программа «Педагогический дизайн: теория и практика  
обучения»**

**Лист оценки для публичной защиты выпускной квалификационной работы**

Студента(тки) 2 курса \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
ФИО

на тему « \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_»

Разделы работы и критерии	Оценка в баллах 0 / 0,5 или 1 по каждому критерию
<b>Элемент «Road-map проекта»</b> 1. Календарный план разработки образовательного продукта включает все этапы жизненного цикла продукта по модели ADDIE (анализ, проектирование, разработка, реализация, оценка), этапы логично связаны друг с другом, 2. Задачи внутри этапов детализированы 3. Сроки и ресурсы реалистичны	
<b>Элемент «Теоретическое обоснование»</b> 4. Анализ возрастных особенностей целевой аудитории. При описании возрастных характеристик целевой аудитории учтено соотношение возрастных категорий; характеристик образовательного и профессионального опыта; мотивация; эмоционально-волевые, когнитивные аспекты, ключевые ценности; связь возрастных особенностей с выбором педагогических подходов: какие особенности когнитивной, мотивационной, эмоциональной сферы, а также профессиональный и образовательный опыт обучающихся будут способствовать прогрессу в обучении. 5. Когнитивные механизмы обучения. Анализ нейрокогнитивных принципов проектирования обучения проведен с учетом механизмов базовых когнитивных процессов (внимание, память, категоризация, принятие решения) и современных теоретических моделей в рамках когнитивной науки применительно к ЦА, а также связи когнитивных эффектов с образовательными	

<p>результатами: источники трудностей в обучении и варианты их компенсации (когнитивная нагрузка, метакогнитивная регуляция, опосредование и другие)</p> <p>6. Выбор модели педагогического дизайна обоснован с учетом теорий обучения и теорий педагогического дизайна, характеристик целевой аудитории, включая когнитивные механизмы обучения</p>	
<p><b>Элемент «Исследование для создания образовательного продукта»</b></p> <p>7. Анализ конкурентной среды (в зависимости от наличия аналогов на рынке<sup>9</sup>) представлено в формате сравнительной таблицы 8–12 конкурентов и 3–5 заменителей. Минимум 6 метрик: цена, продолжительность/нагрузка, формат (онлайн/офлайн; синхронный/асинхронный), целевая аудитория, включая уровень образования (школа, СПО, ВО и т. д.), документ, выдаваемый по завершению, открытые сигналы спроса (потoki, отзывы). Итог — вывод «окно возможностей».</p> <p>8. Исследование целевой аудитории с построением детализированного портрета ЦА в формате формулировки JTBD, 5–8 коротких интервью (или 3–5 интервью + опрос ≥30 ответов). Итог представляет собой карту «запросов/выгод/барьеров», сведенных в один сигнал готовности платить. Итог — чёткие сегменты: кто платит и за что.</p> <p>9. Карта стейкхолдеров в формате матрицы «влияние × интерес» и одной продуктовой импликации — на кого ориентируем MVP и почему</p> <p>10. Описание взаимосвязей между теоретическим обзором и проведенным исследованием</p> <p>11. Описание преимуществ, отличительных особенностей создаваемого образовательного продукта.</p>	
<p><b>Элемент «Концепция образовательного продукта»</b></p> <p>12. Цели образовательного продукта</p> <p>13. Сформулированные образовательные результаты</p> <p>14. Отражение выводов по исследованию для создания образовательного продукта с концепцией</p> <p>15. Формат образовательного продукта</p> <p>16. Подход и модель проектирования</p> <p>17. Учебные технологии (детализация форматов, модели; при помощи каких отдельных элементов курса будет реализован тот или иной подход и модель, а также формат)</p> <p>18. Мотивационная стратегия курса (SJM)</p> <p>19. Система оценивания</p> <p>20. Ключевые метрики образовательного продукта</p> <p>21. Структура образовательного продукта</p> <p>22. Методические материалы - учебный план с тематическим содержанием, разработанные материалы (сценарии занятий, задания, оценочные средства), результаты апробации с рекомендациями по внедрению, а также документация, отражающая логику проектирования и ссылки на все материалы</p>	
<p><b>Элемент «Юнит-экономика продукта»</b></p> <p>23. Расчет экономической модели продукта (себестоимость, ценообразование, прогнозируемый возврат инвестиций)</p> <p>24. Прогнозирование ключевых бизнес-метрик.</p>	
<p><b>Элемент «Стратегия продвижения»</b></p> <p>25. Карта пути потребителя (СJM). Описание каналов привлечения целевой аудитории, коммуникационная стратегия.</p>	
<p><b>Текст портфолио</b></p> <p>26. Понятная и соответствующая целям и задачам структура</p>	

<sup>9</sup> В случае отсутствия аналогов, необходимо это доказать с приведением результатов исследования

<p>27. Понятный и уместный академический язык</p> <p>28. Использование актуальных, релевантных и надежных литературных источников и источников данных</p> <p>29. Корректное реферирование и цитирование. Релевантный объем материала</p> <p>30. Качественное представление данных в виде таблиц и рисунков и качественные приложения</p>	
<p><b><i>Общие комментарии</i></b></p>	
<p><b><i>Итоговая оценка</i></b> (сумма баллов от 0 до 30, делением полученной суммы на 3 оценка переводится в шкалу от 1 до 10 баллов, выставляется целое значение в соответствии с математическими правилами округления)</p>	<p>_____ / _____ из 30 / из 10</p>