ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р 56645.5— 2015

СИСТЕМЫ ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТА

Термины и определения

Издание официальное

Москва
Стандартинформ
2016

gost.e-ecolog.ru

Предисловие

1 ПОДГОТОВЛЕН Федеральным государственным унитарным предприятием «Научно-исследовательский институт стандартизации и унификации» (ФГУП «НИИСУ») на основе собственного аутентичного перевода на русский язык стандарта, указанного в пункте 4, при участии Открытого акционерного общества «Научно-исследовательский центр контроля и диагностики технических систем» (АО «НИЦ КД»)

2 ВНЕСЕН Управлением технического регулирования и стандартизации Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 19 октября 2015 г. № 1577-ст

4 Настоящий стандарт идентичен стандарту Британии BS 7000-10:2008 «Design management systems — Part 10: Vocabulary of terms used in design management» (Системы дизайн-менеджмента. Часть 10. Термины и определения).

Наименование настоящего стандарта изменено относительно наименования указанного стандарта для приведения в соответствие с ГОСТ Р 1.5—2012 (пункт 3.5)

5 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

*Правила применения настоящего стандарта установлены в ГОСТ Р 1.0—2012 (раздел 8). Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (по состоянию на 1 января текущего года) информационном указателе «Национальные стандарты», а официальный текст изменений и поправок — в ежемесячном информационном указателе «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ближайшем выпуске ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет (*gost.e-ecolog.ru

© Стандартинформ, 2016

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

Содержание

1 Область применения 1
2 Структура словаря 1
3 Словарь 1
Библиография 32

Введение

Настоящий стандарт идентичен стандарту BS 7000-10:2008 «Design management systems — Part 10: Vocabulary of terms used in design management» (Системы дизайн-менеджмента. Часть 10. Термины и определения).

Настоящий стандарт охватывает терминологию, используемую в рамках дизайн-менеджмента во всех секторах отрасли промышленности, торговли, сервиса и общественного сектора. Распространяется на следующие области: техника, сервисы, программное обеспечение, производство и проектирование, а также признает важность интеллектуальных и иных прав.

Настоящий стандарт направлен на повышение понимания терминов, используемых в дизайн-менеджменте, установления взаимопонимания между профессионалами дизайна. Как правило, в дизайн-деятельности принимают участие специалисты из разных дисциплин, а также дизайнеры, специализирующиеся в различных областях дизайна. Принятие единой терминологии, как и осведомленность о различных вариантах использования общих терминов, является важным аспектом обеспечения эффективной коммуникации и плавного прогресса работы.

Настоящий стандарт содержит все термины и определения, используемые в стандартах серии BS 7000, а также вводит термины, используемые в практике дизайна и менеджмента. Как таковой стандарт является полезным справочным материалом во всех обсуждаемых областях.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СИСТЕМЫ ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТА

Термины и определения

Design management systems. Terms and definitions

Дата введения — 2016—06—01

1 Область применения

Настоящий стандарт устанавливает терминологию, используемую в дизайне и дизайн-менеджменте, и содержит словарь терминов, которые могут иметь определенное значение при использовании в различных областях промышленности и торговли. Он был подготовлен для оказания помощи тем, кто несет ответственность за дизайн и менеджмент. Словарь, приведенный в стандарте, также будет помогать тем, кто работает с дизайнерами, но не знаком с их терминологией.

Организациям, желающим принять настоящий стандарт, рекомендуется рассмотреть возможность принятия других стандартов серии.

В соответствии со стандартом BS EN ISO 9001 термин «продукт» используется в настоящем стандарте для обозначения продуктов, сервисов, средств, процессов, сред, интерфейсов и бизнес-моделей.

2 Структура словаря

2.1 Структура словаря соответствует структуре английского оригинала. Где необходимо, дается контекстный перевод.

Большинство исходных, английских терминов этого словаря сопровождаются символами, обозначающими стадии, на которых термин или слово, скорее всего, будет использоваться в дизайн-процессе:

M — маркетинг;

S — спецификации;

C — концепция;

DD — детальный дизайн;

Mn — производство;

Sl — продажи;

I — воплощение;

D — утилизация;

G — общие термины;

O — другие полезные термины, связанные с новыми продуктами и услугами.

3 Словарь

3.1 **продукт 3-поколения** (3-Gen product): (G) Долгосрочный продукт или услуга, которые становятся доступными через два поколения после поколения продукта, разрабатываемого в настоящее время.

Издание официальное

3.2 **критерий приемлемости** (acceptance criteria): (S) Признак, определяющий соответствие согласованным требованиям.

3.3 **доступность** (accessibility): (G) Физический и сенсорный доступ к зданиям, товарам, услугам и информации.

Примечания

1 Доступность можно обеспечить при помощи голосового интерфейса, языка жестов и брайлевской печати.

2 Повышение доступности поддерживается законодательными требованиями в соответствии с Законом о борьбе с дискриминацией инвалидов (2005 г., Великобритания).

3.4 **доступный дизайн** (accessible design): (G) Дизайн, сосредоточенный на принципах расширения стандартного дизайна для людей с некоторыми типами ограничений.

Примечания

1 Этого можно добиться следующими способами:

a) посредством дизайна продуктов, услуг и сред, удобных для использования большинством пользователей без необходимости модернизации;

b) посредством создания продуктов или услуг, легко адаптируемых к требованиям разных пользователей (настройка пользовательских интерфейсов и т. д.);

c) посредством применения стандартизованных интерфейсов, совместимых со специальными изделиями для лиц с ограниченными возможностями.

2 Такие термины, как «дизайн для всех», «дизайн без барьеров», «инклюзивный дизайн» и «межпоколенческий дизайн», используются аналогичным образом, но в других контекстах.

3 Доступный дизайн является подклассом универсального дизайна, в рамках которого продукты и среды удобны для использования всеми людьми в максимально возможной степени, без необходимости адаптации или создания специфического дизайна.

3.5 **добавленная стоимость** (addedvalue): (O) Увеличенная или дополнительная выгода применительно к фактической или воспринимаемой стоимости, рыночной цене, привлекательности, ценности или сфере применения

3.6 **эстетика** (aesthetics): Чувственное восприятие привлекательности дизайна, например внешнего вида.

3.7 **аналогия** (analogy): Творческий метод, сравнение концепции с иной сущностью.

3.8 **артефакт** (artifact): (G)Осязаемый результат дизайн-процесса.

Примечание — Этот термин распространяется на любую продукцию, процесс, связь или метод, которые были спроектированы.

3.9 **аудитория** (audience): (SI) Целевая группа людей и организаций.

3.10 **аудит** (audit): (G) Систематическая оценка соответствия требованиям.

Примечание — См. дизайн-аудит.

3.11 **критерии аудита** (audit criteria): Набор политик, процедур или требований, референтный документ для сравнения с доказательствами аудита.

3.12 **свидетельства аудита** (audit evidence): Отчет, изложение фактов или другая информация, которая имеет отношение к критериям аудита и может быть проверена.

Примечание — Свидетельства аудита могут быть качественными или количественными.

3.13 **ретроспекция** (backcasting): (G) Процесс достижения желаемого видения в долгосрочной перспективе, который строится постепенно, посредством возвращения в настоящее через серию знаковых достижений прошлого, помогающих эффективно планировать будущее.

Примечание — Данный термин может применяться к рынкам, продуктам, услугам, процессам и организациям.

3.14 **гистограмма** (bar chart): (I) Гистограмма видов деятельности и их продолжительности, представленная на единой шкале, показывающая последовательность операций.

3.15 **исходные данные** (baseline): (SI) Статус продукта, состояние в определенный момент времени, которое служит эталоном для дальнейшей деятельности.

3.16 **бенчмаркинг** (benchmarking): (M) Систематическое сравнение методов, производительности и процессов, как правило, в других организациях, для обучения и улучшения собственной работы.

3.17 **блок-модель** (block model): (C) Основная трехмерная презентация предлагаемого дизайна, обеспечивающая четкое впечатление от размера, формы и объема без учета деталей.

Примечание — Эту модель также называют «управляемой моделью», «пенопластовой моделью» или «пространственной моделью».

3.18 **блюпринтинг:** (blueprinting): (D) картирование взаимодействия клиента с услугой и связанных с этим параллельных процессов для выявления критических точек взаимодействия и оценивания функциональных показателей.

3.19 **свободный полет мысли**(blue-sky thinking): (C) Неограниченное создание и исследование идей, независимо от их практичности, применимости или конкурентоспособности.

Примечание — Теории, кажущиеся непрактичными и непригодными к использованию, могут стать источником наработок, ведущих к разработке успешных инноваций.

3.20 **метод «восходящего» проектирования**(bottom-up approach): (G) Дизайн-метод, от рассмотрения деталей к рассмотрению целого.

Примечание — Данный метод противоположен методу «нисходящего» проектирования.

3.21 **мозговой штурм** (brainstorming): (C) Контролируемое использование свободного и коллективного выражения идей, взаимодействие, порождающее новые идеи.

Примечание — См. также латеральное мышление, мозговой центр.

3.22 **бренд** (brand): (G) Характерное визуальное или вербальное представление организации или продукта.

3.23 **архитектура бренда** (brand architecture): (G) Взаимодополняющие компоненты, образующие структуру бренда.

3.24 **атрибут бренда** (brand attribute): [S (D)] Функциональные или эмоциональные ассоциации бренда, вызываемые им у существующих и потенциальных клиентов.

Примечание — Данный термин также включает в себя взаимосвязь друг с другом различных брендов одной и той же организации.

3.25 **ДНК бренда** (brand DNA): [G (D)] Коллективные и фундаментальные компоненты бренда.

Примечание — Включает в себя атрибуты, символы, преимущества, дифференциацию и репутацию.

3.26 **индивидуальность бренда**(brand identity): (G) Выражение атрибутов, описывающих суть бренда.

Примечания

1 Индивидуальность бренда организации служит для заключения в ней представлений, ценностей, философии и способов ведения коммерческой деятельности, индивидуальность бренда продукции включает в себя представление о нем и ценность его основных характеристик.

2 Визуальная индивидуальность бренда — это его представление, обычно передаваемое с помощью символа и/или имени, представленных при помощи выразительного оформления.

3.27 **логотип бренда** (brand logotype): (D) Характерный способ представления бренда, как правило, в типографской форме, имеющий правовую защиту.

3.28 **ценности бренда** (brand values): [SI (D)] Набор ценностей, ассоциированных с брендом.

3.29 **макет** (breadboard model): (C) Этап разработки — исследование или оценка целесообразности и практичности концепции, устройства, схемы или системы в грубой экспериментальной форме, без учета конфигурации.

Примечание — См. также вспомогательная модель.

3.30 **прорывная инновация** (breakthrough innovation): Изменение, ломающее мнимые ограничения в конфигурации (внешнем очертании и внутренней структуре), производительности или технологии.

Примечание — Обычно помогают открыть важные новые функции, позволяющие добиться значительного прогресса результатов.

3.31 **пузырьковая диаграмма** (bubble chart): (C) Приблизительная схема участников, идей или деятельности, внутри кругов и линий их взаимодействий.

Примечание — Данная диаграмма может использоваться для облегчения понимания или объяснения, или в качестве общей картины ситуации.

3.32 **сборочные блоки** (building blocks): (I) Компоненты, составляющие продукт с точки зрения пользователя.

Примечание — Например, понятия, сегментация, точки взаимодействия, каналы, среды и пути.

3.33 **сборочный стандарт** (build standard): (S) Перечень чертежей, графиков и других документов, которые составляют техническое описание произведенного элемента, с указанием их номера или статуса модификации.

3.34 **заключение сделки**(buy-in): (G) Принятие предложения.

3.35 **производительность** (capacity): (Mn) Максимальный уровень добавленной стоимости, произведенный в течение определенного периода времени.

3.36 **каскадная диаграмма** (cascade chart): (D) Гистограмма, на которой по вертикали отображен иерархический порядок деятельностей.

3.37 **каталожный дизайн** (catalogue design): (G)

<дизайн> Вид дизайна, предусматривающий самостоятельный выбор и сборку патентованных элементов, выбор соответствующего решения;

<справочный материал> Структура, формат и оформление справочного материала.

Примечание — Эти материалы обычно существуют в печатной форме, хотя в большей степени они начинают представляться в других формах архивирования, например в виде микрофишей и компьютерных программ.

3.38 **причинно-следственная диаграмма** (cause-effect diagram): (O) Техника выявления причины проблемы.

Примечание — Также называется «графиком причинной зависимости Ишикава» или «причинно-следственным анализом».

3.39 **цепочка надзора** (chain of custody): Процесс, при котором организация контролирует свою продукцию на каждом этапе цепочки поставок, в том числе на всех этапах производства, транспортировки и дистрибуции.

3.40 **процедура контроля изменений** (change control procedure): (Mn) Организационная процедура, подтверждающая, что изменения дизайна, описаны/ оценены, утверждены/отклонены и осуществляется.

3.41 **отчет об изменениях** (change record): (Mn) Формальное, референтное документирование несанкционированных изменений, их причин, оснований, и их влияние на другие аспекты работы и ее результаты.

3.42 **команда перемен** (change team): (C)

<официальный термин> Группа собранных вместе лиц из числа сотрудников организации или из других организаций, ответственная за внедрение конкретных изменений;

<неофициальный термин> Лица, работающие совместно над внедрением новой идеи или выступающие в качестве активистов внутри организации

3.43 **каналы** (channels): (I) Способы поиска или использования продукта потребителями и способы поставок продукции организациями.

3.44 **участники коллективной работы** (collaborators): (G) стороны, совместно работающие над проектом.

3.45 **комбинация** (combination): Использование двух или более существующих дизайн-методов для достижения дизайн-решения.

3.46 **корпоративная культура** (company culture): [O (D)] Общие и приемлемые ценности и поведенческие нормы.

3.47 **поручение** (commission): (G) Запрос от клиента на предоставление услуг в рамках согласованных ограничений.

3.48 **коммуникационный план** (communication plan): (S) План, устанавливающий процедуры коммуникаций и полномочия для конкретных проектов.

3.49 **сообщества практиков** (communities of practice): Лица с общими междисциплинарными знаниями или опытом, чье взаимодействие наращивает инновационный потенциал всех организаций.

3.50 **конкурентное преимущество** (competitive advantage): (SI) Положение или состояние выгодное потребителю в отличие от других предложений рынка, позволяющее завоевать благосклонность клиентов.

3.51 **анализ конкурентов** (competitor analysis): (M) Исследование существующих конкурирующих организаций и их предложений.

Примечание — Сравнение проводят, например, по цене и качеству продукции.

3.52 **концепция** (concept): (C) Исходная идея дизайна.

Примечания

1 Концепция может являться возможным вариантом проектного решения при его разработке или в его первом приближении.

2 Как правило, существует несколько концепций.

3.53 **матрица концептуальной оценки** (concept assessment matrix): (C) Метод определения наиболее жизнеспособной концепции, отвечающей требованиям.

3.54 **этап концептуального дизайна** (concept design phase): (C) Предварительные исследования, обосновывающие выбор и применение проектных решений, достойных воплощения.

3.55 **концептуальный сценарий** (concept scenario): (C) Идея нового продукта, переданная через текст (рассказ).

3.56 **концептуализация** (conceptualization): (D)Генерация рисунков, моделей и прототипов нового продукта перед окончательным дизайном.

3.57 **параллельная обработка** (concurrent processing): (G) Подход в менеджменте, рассматривающий необходимые деятельности на основе комплексного подхода с самых ранних этапов проекта.

Примечания

1 Данный подход может стимулировать к установлению более тесных связей и более слаженному выполнению работы при осуществлении разнопрофильных функций, что ведет к более быстрому выполнению этапов проектирования при меньших усилиях и ускорению выхода продукта на рынок.

2 См. также одновременный инжиниринг.

3.58 **конфигурация** (configuration): (S) Взаимосвязанные функциональные и физические характеристики продукта, приведенные в информации о продукте.

[BS ISO 10007:2003, определение 3.3]

3.59 **управление конфигурацией** (configuration control): (S)

<реализация> Деятельность по оценке, согласованию, утверждению или неодобрению и изменению элементов конфигурации на первых этапах проектирования;

<менеджмент> Систематический контроль легитимности внесенных в чертежи и другую информацию о конфигурации изменений.

Примечание — См. также совет по управлению конфигурацией.

3.60 **совет по управлению конфигурацией** (configuration control board): (S) Группа технических и административных специалистов, уполномоченных и ответственных принимать решения по конфигурации и ее менеджменту.

3.61 **идентификация конфигурации** (configuration identification): (S) Определение структуры продукта, подбор элементов конфигурации и документирование их физических и функциональных характеристик.

Примечание — Идентификация может включать в себя:

a) интерфейсы и соответствующие изменения;

b) присвоение идентификационных символов или номеров элементам конфигурации и их фиксирование в соответствующей документации.

3.62 **элемент конфигурации** (configuration item): (S) Сущность внутри конфигурации, соответствующая конечному назначению.

[BS ISO 10007:2003, определение 3.5]

3.63 **менеджмент конфигурации** (configuration management): (S)Скоординированная деятельность по руководству и управлению конфигурацией.

Примечание — Менеджмент конфигурации главным образом ориентирован на выполнение технических и организационных задач, которые служат для установления и поддержания контроля над продукцией и информацией о конфигурации продукции в течение всего ее жизненного цикла.

[BS ISO 10007:2003, определение 3.6]

3.64 **отчет о статусе конфигурации** (configuration status accounting): (S) Официальный отчет по информации о конфигурации продукции, статусе предложенных изменений и статусе реализации утвержденных изменений.

[BSISO 10007:2003, определение 3.7]

3.65 **ограничение** (constraint): (S) Ограничивающий фактор, препятствующий реализации целей.

3.66 **непредвиденные расходы** (contingency): (O) Резерв времени или ресурсов в проекте для компенсации ущерба от непредвиденных обстоятельств или чрезвычайных ситуаций.

3.67 **аварийный план** (contingency plan): (O) План противодействий проектным рискам.

Примечание — Также используется термин «план предупреждения последствий».

3.68 **постоянное улучшение** (continual improvement): (G) Укрепление систем (процессов) с целью улучшения общей производительности.

Примечание — Улучшение необязательно должно происходить во всех сферах деятельности одновременно.

3.69 **охотник за крутизной** (cool-hunter): (M) Лицо, изучающее молодежные тренды и транслирующие их в организацию.

3.70 **авторские права** (copyright): (O) Исключительное право собственности, установленное законом, дает правовую защиту использование конкретного дизайна, творческой работы или других публикаций.

Примечания

1 См. Закон о защите авторских и патентных прав, прав в области конструкторских разработок от 1988 г. [2].

2 Авторское право применимо к оригинальным литературным, музыкальным, драматическим, художественным и кинематографическим произведениям, включая компьютерные программы, образцы архитектуры, графический дизайн, фотографии и видеоматериалы. Как правило, авторское право не распространяется на трехмерные искусственные объекты (артефакты), кроме художественной ковки и отделки поверхности.

3.71 **корпоративная система дизайн-менеджмента** (corporate design management system): (G) Официальная корпоративная инфраструктура, включающая цели дизайна, стратегии и процессы, организационные структуры и стандарты администрирования дизайна.

3.72 **корпоративное руководство по дизайну** (corporate design manual): (S) Референтный документ, устанавливает основные ценности, основные стандарты и процедуры, которые определяют или влияют на эстетическую и техническую обработку выхода организации, руководство по их применению и реализации.

3.73 **корпоративная философия дизайна** (corporate design philosophy): (G) Артикулированная позиция организации по отношению к дизайну и его вкладу в корпоративную деятельность.

Примечание — Представляет собой проектный эквивалент программы деятельности организации, который выражает основные мнения, ценности и перспективы, а также формирует накопленные в организации знания, касающиеся дизайна.

3.74 **корпоративная дизайн-программа** (corporate design programme): (G) Комплексная программа связанных с дизайном инвестиций, охватывающая все основные деятельности и «выход» организации в установленный период.

3.75 **корпоративная дизайн-команда** (corporate design team): (O) Широкая группа лиц, внутри или вне организации, вносящая вклад в ее работы по дизайну, как формально, так и не формально.

3.76 **корпоративная идентичность** (corporate identity): (G) Артикуляция целей, задач и направлений работы организации.

3.77 **корпоративный имидж** (corporate image): (S) Созданная сумма впечатлений и ожиданий от организации в умах заинтересованной стороны и общественности.

3.78 **корпоративный логотип**(corporate logo): (D) Характерный способ представления названия организации, как правило, в типографской форме.

3.79 **корпоративные нематериальные активы** (corporate software): (O) Знания, умения, опыт, интеллектуальная собственность и другие нематериальные атрибуты организации.

Примечание — Включает в себя корпоративную память и особенности устного творчества организации.

3.80 **корпоративный символ** (corporate symbol): (S) Характерное представление или абстрактная эмблема организации, ее самоидентификация.

3.81 **анализ затрат и выгод** (cost benefit analysis): (D) Определение взаимосвязи между издержками проведения деятельности и возникающими преимуществами, как начальными и повторяющимися.

Примечание — Крупные, реальные, измеримые прибыли иногда сопровождаются небольшими прибылями, которые трудно выделить, измерить и оценить.

3.82 **структура распределения затрат** (cost breakdown structure): (D) Детализация выявленных элементов расходов по различным категориям.

3.83 **экономическая эффективность** (cost effectiveness): (G) Отношение полученных ценностей к стоимости затраченных ресурсов.

Примечание — Данное понятие относительно, поскольку определяет различные варианты, например то, что наиболее эффективный вариант будет обладать либо минимальными затратами при данной прибыли, либо максимальной прибылью при заданных затратах.

3.84 **ключевой фактор** (critical driver): (S) Основной фактор, определяющий прогресс проекта.

3.85 **критический путь** (critical path): (G) Последовательность действий в рабочей среде проекта, определяющая минимальную продолжительность проекта.

Примечание — Любая задержка на критическом пути приводит к задержке всего проекта.

3.86 **анализ критического пути; CPA** (critical path analysis): (G) Метод, используемый для определения минимального времени для завершения проекта, путем отображения кратчайшего непрерывного пути через множество последовательных мероприятий в рамках проекта.

3.87 **клиент** (customer): (S) Организация или лицо, получающее продукт или услугу.

Примечания

1 Иногда называется потребителем, конечным пользователем, дистрибьютором, получателем, покупателем или второй стороной сделки.

2 Клиентом может быть и подразделение организации.

3.88 **клиентская схема покупки** (customer buying systems): (S) схема, подразумевающая следующую последовательность: первый раз услышать о продукте или его увидеть, принять решение о покупке, исследовать и сравнить, купить продукт.

3.89 **маркетинг, основанный на опыте клиента** (customer experience marketing): (S) Стратегическое управление всем объемом клиентского опыта взаимодействия с продуктом или организацией.

3.90 **маршрут клиента** (customer journey): (D) Последовательность событий, отображающая опыт взаимодействия клиента или пользователя с продуктом.

Примечание — Обычно включает в себя события, происходившие до и после непосредственного взаимодействия с продуктом, и зачастую наглядно представляется в виде раскадровки.

3.91 **маркетинг, основанный на взаимоотношениях с клиентом** (customer relationship marketing): (S) Лучшая практика выявления, привлечения и удержания лучших клиентов для получения прибыльного роста.

Примечание — Известен как управление взаимоотношениями с клиентом.

3.92 **удовлетворенность клиента** (customer satisfaction): (S) Восприятие клиента степени выполнения его требований.

Примечание — Претензии клиента являются показателем низкого уровня удовлетворения его запросов, однако их отсутствие необязательно предполагает их полное удовлетворение.

3.93 **программа работы службы с клиентами**(customer service blueprint): (M) Метод изучения основных качественных элементов сервиса на основе опыта клиентов или пользователей.

3.94 **«добыча» данных** (data mining): (C) Отбор, изучение и моделирование больших объемов данных, раскрывающих ранее неизвестные закономерности(паттерны) и идеи.

3.95 **дата принятия** (date of acceptance): (Mn) Время, когда все заинтересованные стороны согласны, что техническая спецификация продукта завершена и производство может начаться.

Примечание — Может выражаться при помощи других терминов, таких как «дата выпуска» или «дата регистрации чертежей».

3.96 **дельфийский совет** (Delphi panel): (M) Группа экспертов, отвечающих на вопросы о будущем и оценивающих уровень своей уверенности в прогнозах.

3.97 **стадия вывода из эксплуатации** (demanufacture): (D) Разборка и повторное использование продукта с переработкой или утилизацией его отдельных частей.

3.98 **демография** (demographics): (M) Исследование целевых аудиторий среди населения, с целью получения представления о характеристиках различных сегментов потребителей.

Примечания

1 На классификацию населения могут повлиять такие факторы, как численность, расселенность, местоположение, возраст, уровень дееспособности и т. д.

2 Типы потребителей, как предполагается, классифицируются по своему положению, стремлениям и потребительским привычкам.

3.99 **описательная (наглядная) спецификация** (descriptive specification): (S) Заявление атрибутов продукта, которое позволяет потенциальным пользователям установить пригодность продукта для применения.

3.100 **дизайн** (design): (O)

(существительное) <разработка> Набор указаний (требования, чертежи, графики, и т. д.), необходимый для создания продукта.

3.101 **дизайн** (design): (O)

(существительное) <конечный результат> Сам продукт, дизайн конечного продукта;

(глагол) Производство информации, посредством которой дизайн реализуется в продукт.

3.102 **вспомогательная модель** (aid model): (C) Модель нового продукта, его дизайна, или модель их части, содержащая информацию о предполагаемых особенностях дизайна (продукта), например, визуальных, его воздействия на окружающую среду, производительность (эффективность).

Примечание — См. также макет.

3.103 **дизайн-анализ** (design analysis): (D) Детальное исследование возможных последствий того или иного дизайна.

3.104 **оценка дизайна** (design appraisal): (I) Систематическая проверка результатов дизайн-процессов (в основном, по завершении этапов) на соответствие заявленным и согласованным требованиям и с целью определения степени выполнения первоначально поставленных целей.

Примечания

1 Данный термин, как правило, связан с определенным видом деятельности, например, оценка системы, оценка проекта. Результаты обычно представлены в мерах времени, стоимости и достижений.

2 Оценка, как правило, происходит на завершающем этапе деятельности, но прогресс можно оценивать посредством осуществления промежуточной или этапной оценки, особенно в тех случаях, когда по итогам выполнения промежуточных этапов запланированы определенные результаты.

3.105 **атрибуты дизайна** (design attributes): (S) Особенности и характеристики дизайна.

3.106 **аудит дизайна** (design audit): (G) Систематическая оценка результата деятельности на соответствие заявленным ранее целям.

Примечания

1 Обычно аудит связан с конкретной задачей, например оценкой системы или проекта. Результаты оценки обычно выражаются в единицах времени, затрат и достижений.

2 Как правило, аудит проводится в конце выполнения работ, хотя работа может сопровождаться выполнением промежуточных или этапных оценок, в частности, если были запланированы промежуточные этапные достижения.

3 Внутренние аудиты, иногда называемые «аудитом первой стороны», проводятся самой организацией или от ее имени с целью проверки системы управления и для решения других внутренних задач. Аудит может стать основой для самостоятельного провозглашения организацией соответствия требованиям. Во многих случаях, особенно в малых организациях, независимость может проявляться в свободе от ответственности за проверяемую работу.

4 Внешние аудиты включают в себя аудиты второй и третьей стороны. Аудиты второй стороны проводятся сторонами, имеющими свои интересы в данной организации, например потребителями, или другими лицами, действующими в их интересах. Аудиты третьей стороны проводятся внешними независимыми аудиторскими организациями, например теми, которые обеспечивают регистрацию или сертификацию соответствия продукции BS ISO 9001 или BS EN ISO 14001.

5 Информация, полученная в результате дизайн-аудита, может служить исходными данными для соответствующего обзора дизайна. См. также «аудит дизайн-менеджмента» и «аудит технологии дизайна».

3.107 **осознание дизайна** (design awareness): [G (D)] Степень осознания ценности дизайна и его роли в достижении целей организации.

3.108 **техническое задание на дизайн** (design brief): (S) Документация, которая информирует о главной цели, контексте и требованиях к выполнению проектных работ.

Примечания

1 С этой документацией могут быть связаны рекомендации по стилю, категориям, показателям, внешнему виду, состояниям (включая соображения по охране здоровья и безопасности), характеристикам, упаковке, соответствию требованиям, надежности и техническому обслуживанию.

2 Техническое задание зачастую является результатом анализа реализуемости и дает основу для формирования проекта.

3 За исключением строительной отрасли техническое задание включает в себя время и затраты, необходимые для выполнения проекта. Кроме того, в него включены цели по затратам и инвестициям в продукт.

4 См. также спецификация испытаний и целевая спецификация.

3.109 **изменение дизайна** (design change): (S) Изменения в спецификации продукта, приводящие к изменению конструкции, но не к появлению нового продукта.

Примечания

1 Подобные изменения могут включать в себя, например, введение резьбы другой формы в конкретное изделие или изменение допусков на обрабатываемую деталь.

2 См. также управление изменениями дизайна.

3.110 **управление изменениями дизайна** (design change control): (S) Система обеспечения того, что изменения дизайна определены, записаны, оценены, обсуждены и приняты.

Примечания

1 Целью является получение следующих гарантий:

a) изменение не будет наносить ущерб основному назначению продукции, в результате чего продукт сохранит соответствие исходному заданию на проектирование;

b) данное изменение реализуемо;

c) изменение совместимо с взаимодействующими деталями или системами;

d) перед изменением материал был изменен или отсортирован для определенного применения, переработки или утилизации;

e) элемент может быть идентифицирован и отслежен.

2 См. также изменение дизайна.

3.111 **совещания по дизайну** (design clinic): (M) Периодическая встреча, как правило, между: сотрудниками (специалистами по требованиям), руководителями, отвечающими на корпоративном уровне за дизайн, соответствующими специалистами по дизайну, (сотрудник организации или приглашенный специалист), для проверки исходного дизайна и исследований рынка на предлагаемые проектные решения.

Примечания

1 Цель подобных встреч заключается в том, чтобы дать возможность их участникам:

a) обращаться за рекомендациями по таким вопросам, как составление технического задания на проектирование и разработку рабочих программ, отбор специалистов по проектированию и распределение бюджетных ассигнований;

b) обсуждать возможные стратегии проектирования, а также формировать концепции;

c) информировать о ходе разработки решений;

d) анализировать отдельные аспекты работ, выполненных за определенный промежуток времени.

2 При участии во встрече широкого круга лиц ведется обсуждение одного или нескольких конкурирующих проектных предложений, при этом название компании, проводящей встречу, не разглашается.

3 Внутренний семинар проводится тогда, когда различные проектные требования и концептуальные решения проблемы объединяются для их анализа и выработки рекомендаций. На этот семинар могут приглашаться консультанты из сторонних организаций.

3.112 **концепция дизайна** (design concept see concept): См. концепция.

3.113 **управление дизайном** (design control): Компонент системы качества, гарантирующий целостность и согласованность дизайна на протяжении его жизненного цикла.

3.114 **оценка дизайна** (design evaluation): Оценка конфигурации, соответствия, эффективности и результативности, как правило, по согласованной спецификации.

3.115 **проектное исключение** (design exclusion): (O) Невозможность полноценного эффективного использования продукции, услуги или устройства (средства), в следствие того, что в процессе проектирования не были учтены потребности людей с моторными, сенсорными и когнитивными нарушениями.

3.116 **средства дизайна** (design facility): (O) Ресурсы, оборудование, процедуры, менеджмент, инфраструктура, расположение, предоставляющие возможность предприятия проектных работ.

3.117 **экологический дизайн** (design for the environment): [O (D)] Общий принцип проектирования продуктов с минимальным воздействием на окружающую среду.

Примечания

1 Стратегии экологического дизайна включают изготовление более энергоэффективной, более простой в переработке, разборке или ремонте продукции, или использование менее токсичных, более легко воспроизводимых и повторно используемых материалов.

2 Иногда используются термины «эко-дизайн» или «зеленый дизайн».

3.118 **дизайн-«заморозка»** (design freeze): (D) Начало каждого этапа дизайн-процесса, в ходе которого изменения в чертежах и других данных о конфигурации подвергаются какой-либо форме контроля.

Примечание — Уровни контроля не такие жесткие, как при конфигурационном контроле.

3.119 **хранитель дизайна** (design guardian): (G) Лицо или группа, ответственная за эффективное использование дизайна внутри организации.

Примечания

1 Обычно хранитель осуществляет контроль и способствует эффективному использованию дизайна, а также поддержанию согласованности между видением организации и корпоративными рекомендациями по проектированию.

2 Иногда его называют «куратором проекта».

3.120 **целостность дизайна** (design integrity): (O)

<характеристики> Свойство дизайна сохранять свои основные характеристики: концептуальные, визуальное и структурное единство, от создания до реализации и использования, без лишних или неуместных компромиссов.

3.121 **интегрированность дизайна** (design integrity): (O)

<продукция> Свойство дизайна, основанное на использовании проверенных процессов и подтвержденном полном соответствии (пригодности).

3.122 **руководитель дизайна** (design leader): (G)

<организация> Тренд-сеттер, определяющий тенденции в стиле или подходе к дизайну, признанный лидер в области методик проектирования и их выполнения;

<лицо> Человек, который берет на себя инициативу в дизайн-деятельности или признается ключевым авторитетом, который использует компетенции дизайна и инфраструктуру, чтобы задействовать весь потенциал дизайна в деятельности организации.

3.123 **дизайн-менеджмент** (design management): (G) Совокупность дизайн-деятельностей, их администрирование и интегрирование в деятельность организации.

3.124 **аудит дизайн-менеджмента** (design management audit): (G) Детальная экспертиза дизайн-деятельностей и практик дизайн-менеджмента на корпоративном и проектных уровнях.

Примечания

1 Данный аудит обычно проводится для облегчения определения:

a) вклада средств проектирования в корпоративные показатели и рентабельность организации;

b) пригодности и эффективности задач и методик для выполнения корпоративных проектных требований;

c) соответствия корпоративной политике, стандартам и рекомендациям.

2 Данный аудит может включать все операции, средства и конечные результаты, а также все основные категории дизайна.

3 См. также аудит дизайна и аудит технологии проектирования.

3.125 **дизайн-метод** (design method): (C) Способ улучшения, увеличения количества концепций или сокращение времени на их разработку.

3.126 **дизайн-модель** (design model): (G) Представление ожидаемых результатов дизайна.

Примечания

1 Моделью может быть и блок-схема.

2 Может принимать большое число форм, например, физическую, математическую, формируемую компьютером или графическую.

3 См. модель.

3.127 **философия дизайна** (design philosophy): Артикуляция позиции организации по отношению к дизайну и его вкладу в корпоративную деятельность.

Примечание — Эквивалент деловой миссии, отражающей основные убеждения, ценности и перспективы, а также накопленные знания организации в отношении дизайна.

3.128 **политика дизайна** (design policy): (G) Основные правила касательно дизайн-дисциплины внутри организации.

Примечание — Политика может способствовать управлению корпоративным поведением при обстоятельствах, которые могут повторяться, но не может использоваться в качестве руководства для каждого непредвиденного обстоятельства.

3.129 **дизайн-процесс** (design process): (G) Действия, необходимые для конвертации дизайн-входа в дизайн-выход, включая специальные последовательности событий, действий или методов или набор процедур.

Примечание — Как правило, этапы проекта отражаются в хронологическом порядке, однако на практике процесс проектирования бывает крайне итеративным.

3.130 **дизайн-программа** (design programme): (G) Конкретные действия и инвестиции должны быть предприняты в определенный период, разбитый на этапы, с указанием привлекаемых ресурсов и привязкой к временной шкале.

3.131 **дизайн-проектное предложение** (design project proposal): (S) Референтный документ, устанавливающий основу для инициации проекта.

Примечание — Предложения позволяют установить:

a) коммерческое задание на проектирование;

b) техническое задание на проектирование;

c) программу проектирования с указанием этапов и сроков их выполнения;

d) лиц, которые будут привлекаться к проекту, и меры ответственности, которые будут закрепляться за различными аспектами работы;

e) выделение финансовых и других видов ресурсов.

3.132 **обзор дизайна** (design review): (G) Формальная, документируемая, всесторонняя, систематическая и периодическая проверка дизайна, на всех ключевых стадиях дизайн-процесса на соответствие требований дизайн-спецификаций.

Примечания

1 Обзор может проходить в форме совещаний специалистов, в наибольшей степени связанных с соответствующими проекту областями знаний (маркетингом, проектированием, финансированием, производством, продажами, упаковкой и т. п.), и в идеальном случае — под руководством специалиста, напрямую не связанного с разрабатываемым проектом.

2 Обзор предназначен для оценки возможности выполнения требований к качеству продукции и ее соответствия своему назначению, идентификации проблем (при их появлении) и составления предложений относительно проработки принятых решений.

3 Обзор может проводиться неоднократно по ходу разработки проекта. Его основными задачами являются:

a) обеспечение соответствия дизайна техническому заданию на проектирование;

b) изменение технического задания на проектирование (при необходимости);

c) идентификация проблем (при их возникновении) и составление предложений относительно разработки принятых решений;

d) принятие решений по переходу к следующему этапу проектирования, переработке или даже полному прекращению проекта.

4 Данный обзор может проводиться на любом этапе процесса проектирования и обязательно по его завершении.

3.133 **права на дизайн** (design right): (O) Права собственности, предоставляемые законом.

Примечания

1 Применяется с некоторыми исключениями к оригинальным вариантам дизайна трёхмерных (как правило) артефактов.

2 См. Закон о защите авторских и патентных прав, прав в области конструкторских разработок от 1988 г. [2].

3.134 **дизайн-спецификация** (design specification): (S) Референтный документ, определяющий требования к дизайну и его ограничения.

Примечание — Данный термин отличается от термина «техническое задание на дизайн» тем, что он содержит точно определенные требования к дизайну, тогда как второй термин помимо прочего содержит требования к проекту, например, временные рамки, и потому менее директивен.

3.135 **дизайн-стандарт** (design standard): (G) Общепринятый критерий, набор принципов, установленный уровень качества и достижений, ориентир для достижения приемлемого результата.

3.136 **дизайн-стратегия** (design strategy): (G) Формализованный путь достижения бизнес и дизайн-задач, с указанием необходимых ресурсов.

Примечание — Дизайн-стратегия может касаться определенных категорий дизайна, типов проектов, подразделениями организации и/или использования ресурсов.

3.137 **группа дизайнеров** (design team): (G) Формализованная группа лиц выполняющая конкретную работу по дизайну.

3.138 **технологический аудит дизайна**(design technology audit): (G) Анализ всех аспектов технологий, относящихся к дизайну, в частности, оборудования, программного обеспечения, стандартов и процедур.

Примечание — См. также дизайн-аудит и аудит дизайн-менеджмента.

3.139 **дизайн-мышление** (design thinking): [O (D)] Тип процесса или подхода, прежде всего, сконцентрированный на четырех аспектах: ориентация на клиента и близость к нему, экспериментирование, прототипирование и эмоциональная вовлеченность.

3.140 **детальный дизайн** (detail design): (DD) Этап процесса проектирования, в течение которого для всех частей продукта устанавливают точную форму, размеры и допуски, выбирают и утверждают материалы, устанавливают способ производства.

Примечания

1 Конечный результат данного этапа содержит информацию, которая определяет и может использоваться в производстве продукта или его части.

2 Конечный результат данного этапа может быть представлен в виде подробных чертежей, моделей, отчетов и цифровой информации.

3.141 **спецификация на утилизацию** (disposal specification): [D (S)] Документация с подробным описанием методов, мер предосторожности при утилизации продукта, выводе его из эксплуатации.

Примечание — Наиболее важные элементы, указанные в этой документации, обычно изображаются на продуктах в виде предупреждающих надписей.

3.142 **прорывная инновация** (disruptive innovation): Инновации со значительным неблагоприятным воздействием внутри и/или вне организации, которое не может быть изменено или контролируемо в краткосрочной перспективе.

Примечание — Эта инновация часто присуща организациям, использующим низкозатратные технологии, методы и процедуры такими способами, которые часто не ограничиваются стандартными представлениями и перспективами выхода на новые рынки/сферы и вытеснения признанных игроков.

3.143 **прорывная технология** (disruptive technology): (O) Технология значительно меняющая статус-кво продукта.

3.144 **динамичный дизайн** (dynamic design): (C) Дизайн, где изменения являются частыми, быстрыми и инновационными.

3.145 **ранние последователи** (early adopters): (S) Лица, следующие в авангарде пользователей и/или покупателей нового подхода, технологии или продукта.

Примечание — Также применяется к организациям, хотя в этом случае обычно используется термин «имитаторы первопроходцев».

3.146 анализ сметной стоимости выполненных работ (earned value analysis): сравнительный стоимостной анализ определения денежной стоимости выполненных работ на любом этапе дизайн-процесса с помощью сравнения целевых показателей с фактическими и плановыми затратами по проекту.

Примечание — Также используется термин «бюджетная стоимость выполненных работ» (BCWP).

3.147 **эко-дизайн** (eco-design): [O (D)]

Примечание — См. также экологический дизайн.

3.148 **эффективность** (efficiency): (Mn) Соотношения между результатами и используемыми ресурсами.

3.149 **элемент** (element): (S) Область, учитываемая при составлении дизайн спецификации.

3.150 **реализация дизайна** (embodiment design): (D) Дизайн-процесс, структурированная разработка предпочтительной концепции, демонстрирующий все основные функции продукта с четко установленными физическими процессами.

3.151 **эмпатический дизайн** (empathetic design): Ориентированный на пользователя дизайн, где идеи для изменений и инноваций возникают из тщательного наблюдения, как целевые клиенты используют имеющиеся в настоящее время продукты в реальных жизненных ситуациях.

Примечание — Результаты этнографических исследований могут служить в качестве основных исходных данных для подобного дизайна.

3.152 **выработка концепции** (envisioning): Способность формулировать будущее состояние.

3.153 **эргономика** (ergonomics): (D)

<использование> Простота использования продукта;

<среда> Интерфейс между человеком и окружающей средой.

Примечание — Также используется термин «инжиниринг человеческого фактора».

3.154 **оценка** (evaluation): (I) Систематическая проверка результатов деятельности для определения степени выполнения конкретных целей.

Примечания

1 Обычно оценка касается определенного вида деятельности, например оценка системы, оценка проекта и оценка дизайна. Результаты обычно выражаются в единицах времени, затрат и полученных результатов.

2 Как правило, оценка осуществляется в конце работ, однако их ход может поддерживаться выполнением промежуточных или этапных оценок, в частности, если были запланированы промежуточные этапные достижения.

3.155 **подтверждение** (evidencing): (I) создание точек соприкосновения с продуктом, характеризующих те или иные аспекты опыта его применения.

Примечание — Также используется термин «подтверждение услуги».

3.156 **эволюционный дизайн** (evolutionary design): (C) Постоянное совершенствование продукции для удовлетворения меняющихся потребностей рынка, и/или под влиянием достижений в области науки и техники, направлен на поддержание или расширение существующих рынков.

Примечание — Также используется термин «поэтапный дизайн».

3.157 **метрика опыта** (experience metrics): (M) Измерение производительности сервиса вопреки человеческим ценностям.

3.158 **опытный прототип** (experience prototype): (D) Динамическое представление будущего продукта для проверки и оценки, включающее в себя симуляцию ожидаемого опыта поставщиков и пользователей.

Примечания

1 Может включать несколько точек соприкосновения.

2 Опытные прототипы используются для оперативного моделирования, выполняемого с участием потребителей, экспертов и клиентов с целью разработки и совершенствования услуги.

3.159 **компетентность** (expertise): Накопление знаний, навыков и опыта, относящиеся к конкретной теме или области.

3.160 **отказоустойчивость** (fail safe): (G) Разработка элемента или системы таким образом, что в случае ошибки, элемент/система всегда будут возвращены в безопасное состояние.

3.161 **отказозащищенность** (fail safeing): (Mn) Разработка простых в использовании устройств с характеристиками, защищающими пользователя от ошибок, которые могут привести к отказу.

Примечание — В Японии данные средства называются Poka Yoke (защита от ошибок).

3.162 **анализ характера и последствий отказов** (failure mode and effect analysis) (FMEA): (D) метод выявления особенностей продукта, имеющих решающее значение для определения последствий отказа.

3.163 **анализ режима и следствий отказа; FMECA** (failure mode and effect and criticality analysis): (D) Метод выявления особенностей продукта, которые имеют решающее значение для определения последствий отказа.

3.164 **следование критическим путем** (fast-tracking): (G) Концентрация внимания и ресурсов на конкретном аспекте проекта для сокращения времени завершения.

Примечание — Обычно достигается путем наложения фаз или деятельностей проекта, которые первоначально планировалось сделать последовательно.

3.165 **технико-экономическое обоснование**(feasibility study): (C) Экспертиза возможностей дизайн концепции/предложения реально соответствовать установленным требованиям.

3.166 **готовая модель** (finished model): (D) Модель, полностью идентичная готовому продукту.

Примечания

1 Обычно производится для завершения и доводки деталей внешнего вида, проверки реакции потребителей, испытаний и подготовки рекламных материалов.

2 Это не может быть рабочая модель.

3.167 **прогнозирование** (foresight): [G (D)] Процесс предсказания, какие новые технологии будут иметь наибольшее влияние через несколько лет в будущем.

3.168 **формирующее исследование** (formative research): [M(D)] Исследования в рамках итеративного процесса разработки: пилот, тест-драйв или иные виды обратной связи с потребителем.

3.169 **функциональная спецификация** (functional specification): (S) Референтный документ, подробно описывающий характеристики продукта и его предполагаемые свойства.

Примечание — Рекомендуется, насколько это возможно, составлять функциональную спецификацию с количественными показателями.

3.170 **сканирование будущего** (futures scanning): (M) Исследование трендов в качестве триггеров для разработки новых продуктов в долгосрочной перспективе.

3.171 **диаграмма Ганта** (Gantt chart): (G) Тип гистограммы показывает планируемую деятельность относительно времени и их отношения друг к другу.

Примечание — Хотя диаграмма Ганта — особый тип гистограммы, она часто используется как общий термин для гистограммы.

3.172 **общая схема** (general arrangement): Как правило, рисунок, который показывает основные компоненты дизайна.

Примечание — Также известна как «дизайн-макет».

3.173 **документ, включающий общие правила** (general rule document): (S) Спецификация используется в качестве ссылки во многих приложениях.

3.174 **спецификация на геометрию** (geometrical product specification): (S) Система определения формы (геометрии), размеров и характеристик поверхности обрабатываемой детали.

3.175 **эвристическая процедура** (heuristic procedure): (D) Процедура, которая включает некоторую степень экспериментов, каждый последующий успешный этап, устраняет погрешности предыдущего этапа.

3.176 **антропоцентричный дизайн** (human-centred design): [D (DD)] Подход, который фокусируется на потребностях, возможностях, тенденциях и ограничениях предполагаемых пользователей.

Примечание — Смотрите также клиент-ориентированный дизайн.

3.177 **анализ по типу «если бы»** («If only» analysis): Описание того, что можно было бы выполнить или что было бы выполнено при наличии определенных материалов, процессов или технологий или при определенном стечении обстоятельств.

Примечания

1«Предложения «если бы» являются важнейшими активаторами или путем к выработке новой концепции развития.

2 Отличается от анализа «что если» тем, что отправной точкой служит заданное целевое будущее, а не настоящее состояние. См. 3.41.

3.178 **нарушения** (impairment): (O) Снижение функциональных возможностей человека, его способности выполнять действия или решать задачи.

Примечания

1 Для этого снижения есть много причин, включая, но не ограничиваясь: конкретные медицинские показания, травмы (несчастные случаи), процесс старения или факторы внешней среды (ношение защитной одежды, тряска на борту поезда).

2 Санитарные условия, старение и травматические события являются причинами ограничения физических возможностей. Приведет ли это к росту нетрудоспособности — определяется социальными и экологическими факторами и, что немаловажно, дизайном сред, продуктов, систем и услуг.

3.179 **инцидент** (incident): (I) Любое событие, которое не является частью стандартной работы сервиса и оказывает негативное влияние на его производительность.

3.180 **инклюзивный дизайн** (inclusive design): (G) Дизайн основных продуктов и/или сервисов — доступный и удобный в использовании для людей с самым широким диапазоном возможностей и ограничений без использования специальных приспособлений.

3.181 **поэтапный дизайн** (incremental design): [D (DD)] Улучшение дизайна продукции, не предполагающее разработку новой концепции.

Примечание — Большинство расширений продуктовых линеек попадают в эту категорию.

3.182 **поэтапные инновации** (incremental innovation): Изменение, включающее одно или более небольших нововведений, которые являются предсказуемыми экстраполяциями от настоящего состояния.

3.183 **промышленный дизайн** (industrial design): (D) Дизайн, который фокусируется на функции, ценности, внешнем виде и способах производства и использования продукта.

Примечание — Этот термин обычно используют специалисты, окончившие учебные заведения по дизайну.

3.184 **начальное техническое задание** (initial brief): (S) Предварительное изложение требований клиента.

3.185 **инновация** (innovation): (G)

<идея> Успешная эксплуатации новых идей;

Примечание — Определение, широко поддерживаемое Министерством по вопросам бизнеса, предпринимательства и регулятивной реформы Великобритании.

<процесс> Внедрение изменений, которые значительно влияют на способ производства;

<продукт> Преобразование идеи в новаторские продукты, операционный процесс или новый сервис.

Примечание — Включают все научные, технологические, коммерческие и финансовые шаги, необходимые для успешной разработки и сбыта новых видов продукции, коммерческого применения новых или усовершенствованных процессов и оборудования.

<методы, материалы> Применение методов проектирования или конструирования или материалов, не имеющих хорошо зарекомендовавшей себя статистики эффективности или не входящих в текущую сферу деятельности организации.

Примечание — Применяется, главным образом, в строительной промышленности.

3.186 **задание на разработку инновации** (innovation brief):Документ, описывающий цели, процесс разработки и необходимые характеристики (включая производительность) продукта, услуги или процесса, в частности, их основные отличия от текущей линейки продуктов.

3.187 **куратор инноваций** (innovation champion): (G) Человек, отвечающий за продвижение инноваций, стратегических мышления и планирования.

Примечание — Данные лица принимают участие или оказывают необходимое воздействие на формирующем этапе процесса, а также при принятии окончательного решения. Тем не менее, они необязательно несут ответственность за все аспекты работы.

3.188 **инновационный климат** (innovation climate): [G (D)] Условия в рамках организации, способствующие или препятствующие инновациям.

Примечание — Ключевые факторы — это четкость и глубина стратегии и видения, лидерский стиль, культура компании и эффективная рабочая среда.

3.189 **инновационный маршрут**(innovation highway): (G) Допустимое направление долгосрочного планирования продуктов, процессов и сервисов.

3.190 **руководитель инновационной деятельности** (innovation leader):

<деятельность> Человек, взявший на себя инициативу в инновационной деятельности;

<власть> Утвержденное, как основной орган, лицо, отвечающее за вопросы инноваций;

<движущая сила> Человек, который постоянно продвигает инновации и имеет признанный личный рекорд достижений через инновации;

<начало> Человек, который первым ввел отдельные инновации;

Примечание — Данное определение также можно использовать применительно к организациям.

<задавание тенденций> Человек, задающий тенденции на рынках и в промышленности, по общему признанию находящийся на передовой линии инновационной практики.

Примечание — Данное определение также можно использовать применительно к организациям.

3.191 **система инновационного менеджмента** (innovation management system): (G) Формальная инфраструктура, включающая цели, стратегии и процессы, организационные структуры и ценности, с помощью которых организация осуществляет управление инновациями.

3.192 **инновационная философия** (innovation philosophy): Общая позиция организации в вопросах инноваций и их вкладу в развитие и эффективность бизнеса.

Примечание — «Инновационный» эквивалент деловой миссии, четко формулирующий основную причину для внедрения инноваций внутри организации и закрепляющий их ценность.

3.193 **инновационный канал** [innovation pipeline (or funnel)]: Источник инновационных идей и возможностей, прошедших через систему отбора и утверждения/фильтрации для последующей эксплуатации.

Примечание — Нормальным состоянием считается постоянно пополняемый заполненный канал.

3.194 **план инноваций** (innovation plan): (G) Подраздел общего бизнес-плана или корпоративного плана, объединяющий все элементы, относящиеся к инновациям: входы, выходы, процессы, подразделения организации.

3.195 **анализ инноваций** (innovation review): Формальное, документированное, всестороннее и систематическое изучение инновационной деятельности, для оценки ее способности выполнять заявленные требования, выявление проблем (если таковые имеются) и предложения по их решению.

Примечания

1 Может быть в виде заседания, участие в котором принимают лица, непосредственно занимающиеся инновациями или подверженные воздействию разработанных инноваций; предпочтительно, чтобы председателем заседания выступал человек, непосредственно не связанный с проектом.

2 Может быть осуществлен несколько раз в процессе реализации инновационного проекта. Цели:

a) обеспечить соответствие инноваций проектному заданию;

b) изменить (через автора) задание на разработку инновации с целью урегулирования умеренных экономических или практических затруднений в случае их выявления.

3 Может быть осуществлен на любом этапе инновационного процесса. Обязателен к выполнению по завершении процесса.

3.196 **спираль инноваций** (innovation spiral): Процесс создания инноваций эффективнее своих предшественников.

Примечание — Необходимо выполнение следующих условий:

a) инновации используются в полной мере;

b) следующее поколение инноваций разрабатывается на основании более совершенной базы;

c) ресурсы не тратятся на повторение пройденного.

3.197 **инновационная стратегия** (innovation strategy): Формализованный путь достижения бизнес и инновационных целей, с указанием необходимых ресурсов.

3.198 **инновационный альянс** (innovative alliance): Официальное сотрудничество двух и более лиц и/или организаций с целью генерирования инновационных идей и/или использования возможностей, представившихся вследствие данного процесса.

3.199 **интеллектуальная собственность** (intellectual property): (G) Собирательный термин, охватывающий продукты интеллектуальной деятельности.

Примечание — Существуют две ветви интеллектуальной собственности:

a) промышленная собственность (включая изобретения, торговые знаки, промышленный дизайн и происхождение);

b) авторское право (распространяющееся на литературные, драматические, музыкальные, художественные и кинематографические произведения).

3.200 **права на интеллектуальную собственность** [intellectual property rights (IPR)]: (G) Права, как правило, предоставляемые законом, которые дают их владельцу исключительный контроль над воспроизводством охраняемого произведения и право разрешать или запрещать некоторые другие виды использования работы.

Примечания

1 Некоторые из этих прав (патенты, зарегистрированные образцы, торговые марки) требуют регистрации; другие (права на дизайн, авторские права и права на защиту от незаконного использования) возникают автоматически с момента создания продукта. В Великобритании данные права называются правами на собственность и отношение к ним соответствующее.

2 Законодательство, как правило, устанавливает объем прав, их продолжительность и первого обладателя. Другие вопросы, например передача и последующее обладание правами, являются предметом договорных соглашений (включая условия соглашения и контракты на применение). Кроме того, существует ряд дополнительных аспектов, например конфиденциальность информации, торговые секреты, ноу-хау, передача технологий, тесно связанных с областью интеллектуальной собственности, которые могут понадобиться при заключении соглашений, распространяющихся на права на интеллектуальную собственность.

3.201 **дизайн взаимодействия** (interaction design): (C) Способ проектирования, при котором клиент, пользователь или зритель активно вовлечен в продукт, услугу, в процессы их разработки и тестирования.

3.202 **заинтересованная сторона** (interested party): Лицо или группа связанная с, или пострадавших от организации или ее деятельности.

3.203 **интерфейс** (interface): (O) Общая граница между двумя и более системами или сущностями, при которой наличествует информационный поток или осуществляется физический контакт.

Примечание — Системы могут отличаться друг от друга по своей природе (например, система «человек/машина») или в плане основных задач (например, скорость поставки/качество).

3.204 **внутренний потребитель** (internal customer): (G) Лицо внутри организации на/с которой оно работает или зависит от результатов ее работы.

3.205 **изобрести** (invent): (C)

<глагол> Зачать, родить, разработать, открыть, смастерить или произвести новый продукт или устройство.

3.206 **инверсия** (inversion): Творческий подход, выворачивает идею наизнанку или переворачивает с ног на голову.

3.207 **ИСО 9000** (ISO 9000): (G) Общее определение комплекса международных стандартов систем менеджмента качества, не актуализирован с 2000 года.

Примечание — Корректный термин указан в стандарте BS EN ISO 9000.

3.208 **итерация** (iteration): (G) Возврат на более раннюю стадию деятельности для обновления информации и подходов в свете новых знаний, опыта и изменившихся обстоятельств.

Примечание — Может касаться определенных процессов или целых проектов.

3.209 **дизайн рабочей среды** (job design): (Mn) Способ структурирования содержимого работы, ее среды внутри рабочего места и интерфейса с технологиями и оборудованием.

3.210 **точно в срок** [just in time (JIT)]: (Mn) Метод планирования и управления, направленный на удовлетворение спроса мгновенно и без последствий.

3.211 **кайдзен** (kaizen): (Mn) Постоянное улучшение.

Примечание — Данный термин имеет японские корни.

3.212 **канбан** (kanban): (Mn) Сигнал или карта для авторизации выпуска материалов для производства в системах управления, как JIT.

Примечание — Данный термин имеет японские корни.

3.213 **латеральное мышление** (lateral thinking): (C) Способ мышления, выходящий за традиционную логику, попытка найти новые точки зрения на проблему.

3.214 **куратор выпуска продукта на рынок** (launch champion): (I) Лицо, ответственное за организацию, сопровождение и надзор за всеми аспектами вывода продукта на рынок.

3.215 **ведущий пользователь** [lead (or expert) user]: Лицо, признанное одним из самых компетентных пользователей продукта, или кто наиболее использует потенциал продукта.

Примечания

1 Потенциалом можно считать как возможности, заложенные организацией-изготовителем, так и возможности, выходящие за рамки, заложенные организацией-производителем, посредством применения способами, даже не предполагаемыми в момент выпуска продукта.

2 Ведущий пользователь может быть организацией.

3.216 **упрощенный дизайн** (lean design): (D) Дизайн, созданный с использованием минимума элементов или ресурсов, предпочтительно без генерации каких-либо новых элементов.

3.217 **протяженность инновационного маршрута** (length of the innovation highway): Период времени, в течение которого запланированы новые долгосрочные продукты и услуги.

Примечания

1 Начинается с момента, когда существующие продукты и услуги теряют актуальность, и охватывает три поколения продукции в будущем.

2 См. также инновационный маршрут и поэтапные инновации.

3.218 **жизненный цикл** (lifecycle): (S) Поведенческий паттерн продукта от разработки до вывода из эксплуатации или его переработки.

Примечание — Включает четыре этапа:

a) выход продукции на рынок;

b) рост при повышенном спросе;

c) зрелость, при которой продукция достигает своих максимальных показателей с точки зрения удовлетворения нужд потребителя и их поддержания;

d) спад в связи со снижением продаж, подходящее время для вывода на рынок нового поколения продукции.

3.219 **логотип** (logotype): Характерное изображение названия, главным образом, в типографской форме.

3.220 **логистика** (logistics): (Mn) Общее обозначение управления цепочками поставок для движущихся товаров.

3.221 **массовый продукт** (mainstream product): Продукт для населения в целом.

Примечание — Для обеспечения социальной интеграции требуется, чтобы в будущем массовые продукты разрабатывались с должным вниманием к потребностям всего населения с целью противодействия социальной дискриминации, социальной изоляции и конфликтам, возникающих на почве возраста, недееспособности, бедности или этнической принадлежности

3.222 **система менеджмента** (management system): (G) Экспертиза, люди, процессы, стандарты и инфраструктура, необходимые для эффективного администрирования.

3.223 **прогнозирование рынка** (market forecasting): (M) Оценка размера и характеристик будущего бизнеса и потребительского спроса.

Примечание — Обычно прогнозирование включает в себя оценку объема, прибыли, каналов, сегментов, конкурентов и управленческого поведения.

3.224 **толчок от рынка** (market-pull): (M) Вызванные спросом со стороны потребителей требования, инициирующие конкретные проектные работы.

Примечание — Эти требования возникают под воздействием сильных внешних факторов, таких как сезонные факторы, изменения моды, законы или результатов анализа конъюнктуры рынка.

3.225 **исследование рынка** (market research): [M (D)] Исследование наличия, размеров, характеристик и жизнеспособности одного или более рынков.

Примечание — Не следует путать данный термин с термином «маркетинговые исследования», который связан с получением информации о методах, с помощью которых можно завоевывать рынки и действовать на них более эффективно.

3.226 **исходные цифровые документы** (master digital references): (S) Исходная копия ссылок в цифровой форме, из которой должны браться все последующие копии и с которой сравниваются все воспроизводимые примеры.

3.227 **основная инновационная программа**(master innovation programme): (G) Программа, включающая в себя все инновационные деятельности и инвестиции, которые должны быть осуществлены организацией в течение определенного периода времени, при этом весь процесс разбивается на этапы, определяется количество ресурсов, которые необходимо выделить, и соответствующие временные рамки.

3.228 **спецификация на материалы** (material specification): (S) Документация с подробным описанием материалов, комплектующих или расходных материалов, используемых в производстве.

3.229 **методология** (methodology): (G) Набор рабочих процедур, методов, практики или правил, применяемых при выполнении конкретного проекта или исследовательских процессов.

3.230 **метод изучения** (method study): (Mn) Систематический учет и критический анализ способов ведения дел для их улучшения.

3.231 **вехи** (milestones): (G) Согласованные пункты завершения важных стадий, достижения ожидаемых результатов.

3.232 **модель** (model): (O)

<идентификация> Продукты, определенные наименование или товарный номер;

<данные> Набор математических формул, логических процедур, графических изображений, словесных описаний или физических артефактов или их комбинации, действующих, в некотором роде, аналогично одному аспекту реальной жизни, модель развивает его понимание;

<изображение> Лицо или объект, используемый для оказания помощи в визуализации и продвижении продукта;

<пример> Упрощенное представление о ситуации, позволяющее ее изучить, оценить и изменить.

Примечание — См. также дизайн-модель и рабочая модель.

3.233 **момент истины** (moment of truth): (S) Определение опыта, который произведет наибольшее впечатление на заинтересованную сторону.

3.234 **доска настроения** (mood board): (C)

Плоскость, на которой смонтированы изображения, отображающие различные аспекты темы дизайна, стиля или визуальных тенденций.

Примечания

1 Используется в качестве основы для выработки общего понимания стиля или подхода или в качестве отправной точки для изучения различных элементов в их развитии.

2 См. также стенд для образцов.

3.235 **личные неимущественные права** (moral rights): (G) Права, предоставляемые законом.

Примечания

1 См. Закон о защите авторских и патентных прав, прав в области конструкторских разработок от 1988 г. [2].

2 Данные права включают в себя право на признание авторства и право на выдвижение протеста против искажения произведения, охраняемого авторским правом. Применяются (за небольшим исключением) к графическому дизайну и выборочно к промышленному дизайну, защищенному авторским правом.

3.236 **морфологический анализ** (morphological analysis): (C) Дизайн-метод, направленный на систематический поиск дизайна, удовлетворяющего исчерпывающему списку возможных способов достижения каждого отдельного аспекта структуры и производительности.

3.237 **междисциплинарная группа** (multidisciplinary team): (O) Группа лиц с соответствующим набором навыков и опыта, внутри, а иногда и за пределами, организации.

3.238 **мультисорсинг** (multi-sourcing): (Mn) Получение продукта/ комплектующих/ сырья более чем из одного источника, для обеспечения сильных позиций на рынке и непрерывности поставок.

3.239 **наблюдение** (observation): [M (D)] Методология с корнями в антропологии и этнографии, наблюдение за образом жизни, работой, отдыхом и потреблением людей.

3.240 **план управления устареванием** (obsolescence management plan): (D) Стратегия идентификации и смягчения последствий устаревания в течение всего жизненного цикла продукта.

3.241 **отображение возможностей** (opportunity mapping): (C) Выявление и визуализация новых возможностей.

3.242 **оптимальный** (optimal):[G (D)] Наилучший баланс между критическими факторами.

Примечание — Наиболее распространенные факторы — стоимость и время.

3.243 **органограмма (организационная схема)** (organogram): [G (D)] Диаграмма, устанавливающая формальную иерархию людей и организационных структур.

3.244 **аутсорсинг** (outsourcing): (Mn) Подрядные работы для третьих лиц, которые будут осуществляться за пределами организации.

Примечания

1 Может включать работу, проводимую местными или иностранными поставщиками.

2 Не путать с офшорной организацией, которая может привлекаться к установке отдельных производств в различных странах, а также к работе, выполняемой местными или зарубежными поставщиками в третьих странах.

3.245 **краткое описание параметров продукта** (parametric product brief): Ограничения параметров инновационного маршрута.

Примечание — Включает перечень продуктов, которые будут разработаны организацией в течение определенного времени. Также обеспечивает определяющие факторы развития долгосрочных новых продуктов, услуг и идей.

3.246 **подделка** (passing off): (S) Попытка ввести в заблуждение или обмануть торговлю или клиентов, предлагая продукты очень похожие по имени, внешности, описанию или упаковке на продукцию известных производителей.

Примечание — Также известно как «контрафакт».

3.247 **анализ Парето** (Pareto analysis): (Mn) Метод представления, в котором элементы сортируются в номерном порядке или в зависимости от их величины, показывает общий баланс или дистрибуцию, помогает определить приоритеты.

Примечание — Также известен в народе как «80/20 анализ».

3.248 **патент** (patent): (O) Форма правовой защиты, которая предоставляет исключительные права на конкретный период времени, производить и продавать изобретения или инновации.

Примечания

1 Право собственности, возложенное законом, как правило, защищающих функциональные и технические аспекты продукции и процессов.

2 См. также Закон о защите авторских и патентных прав, прав в области конструкторских разработок от 1988 г. [2].

3 Может применяться к новаторским изобретательским, работоспособным идеям, сводимым к конкретным методам, особенностям или процессам производств или конечного продукта.

3.249 **спецификация рабочих характеристик** (performance specification): (S) Формальный референтный документ, указывающий свойства, характеристики, в том числе требования к качеству, условия технологического процесса, границы и исключения, необходимые для исполнения того или иного продукта или процесса.

Примечание — Иногда называют функциональной спецификацией.

3.250 **образы** (personas): (M) Серия архетипов, созданная на основе ожиданий потребителя.

Примечание — Показывают, как люди могут взаимодействовать с сервисом или архитектурой его среды, для эмоционального и рационального взаимодействия поставщика сервиса со своими потребителями.

3.251 **пилотное тестирование** (pilot test): (S) Опытный прототип или рыночный тест.

3.252 **пост-дизайн сервис** (post-design services): (I) Документированная программа работ по поддержанию соответствия установленным требованиям и повышения функциональности и надежности, предпринимаемых после принятия в эксплуатацию каждого материального (физического) элемента.

Примечание — Может использоваться для указания цели каждого этапа работы, решений, которые должны быть приняты, необходимых задач, и может давать руководящие указания для лиц.

3.253 **оценка выхода на рынок** (post launch appraisal): (I)Оценка эффективности выхода на рынок, оценивается исходя из целей, установленных заранее.

Примечание — Обычно в рамках оценки рассматривается полученный опыт с целью принятия мер по устранению недостатков и более эффективному поддержанию предложения.

3.254 **предсерийный прототип** (pre-production prototype): (Mn) Производится на последнем этапе, перед производством или реализацией.

Примечания

1 Для продукта, предсерийный прототип, как правило, получают на специально подготовленной пилотной установке и/или с помощью процессов и оборудования, идентичных тем, которые будут использоваться в производственной линии.

2 См. также прототип.

3.255 **процесс** (process): (O)Набор связанных и взаимодействующих деятельностей, преобразующих входы в выходы.

Примечания

1 Входы в процессе обычно являются выходами других процессов.

2 В основном планируются и осуществляются в управляемых условиях с целью добавления ценности.

3 Процесс, в котором соответствие полученных продуктов не может быть легко или экономически проверенно, часто называют «специальный процесс».

3.256 **карта процесса** (process map): (I) Схема, иллюстрирующая последовательность шагов, которые включают процесс.

Примечание — Смотрите также светокопирование.

3.257 **технологические требования** (process specification): (Mn)

<отдельные элементы> Референтный документ, который детализирует способ сборки, производства или доставки элемента;

<товарная масса> Референтный документ, который детализирует процедуры и операции, которые будут осуществляться от используемых материалов;

<производство> Референтный документ, который детализирует контроль объектов, подвергаемых процессу обработки или последовательности таких процессов, как отдельных элементов, так и товара.

3.258 **закупки** (procure): (Mn) Получение, заказ или покупка товара или услуги для использования организацией.

3.259 **продукт** (product): (O) Результат деятельностей или процессов.

Примечания

1 Данный термин может включать в себя услуги, оборудование, обрабатываемые материалы, программное обеспечение или комбинацию перечисленного.

2 Продукт может быть материальным (напр., сборные изделия или обработанные материалы) или нематериальным (напр., знания или идеи) или комбинацией перечисленного.

3 Продукт может быть запланированным (напр., предложение чего-либо клиентам) или незапланированным (напр., загрязняющее вещество или нежелательные эффекты).

4 В соответствии с терминологией, используемой в BS EN ISO 9001, термин «продукт» используется в тексте настоящего стандарта применительно к продуктам, услугам, средствам, процессам, средам, интерфейсам и бизнес-моделям.

3.260 **куратор продукта** (product champion): (G)

<общее> Лицо, задачей которого является продвижение и внедрение нового продукта, помогает направлять деятельность к успешному завершению, не обязательно несет ответственность за какой-либо аспект программы;

<специалист> Руководитель дизайна, является постоянным участником дизайн-команды, ответственный за слаженность дизайн-процесса и принятие правильных решений.

3.261 **концепция продукта** (product concept): (C) Краткое описание предлагаемого нового продукта.

Примечание — Может включать в себя описание функций предполагаемого продукта и ответ на вопрос, почему данный продукт может иметь потенциал для организации.

3.262 **информация о конфигурации продукта** (product configuration information): Требования к дизайну продукта, его реализации, верификации, эксплуатации и технической поддержке.

[BS ISO 10007:2003, определение 3.9]

3.263 **разработка продукта** (product development): (O) Процесс изготовления и/или поставки продукта.

3.264 **поколение продукта**(product generation):

<преимущество> Прогресс, в результате которого возникает существенное конкурентное преимущество;

<отношение> Прогресс, вызывающий существенную перемену в восприятии и способе ведения работ;

<устаревание> Прогресс, в результате которого существующие продукты устаревают;

<организация> Ступенчатый прогресс в случае организации или отрасли;

<платформа> Прогресс, создающий новую платформу, на основе которой будет создаваться будущая продукция;

<прогрессивное изменение> Интеграция нескольких изменений, внесенных отдельно для обновления и усовершенствования продукции, которая выходит на более высокий уровень;

<одновременное изменение> Изменение или ряд изменений, внесённых в продукт одновременно;

<стандарт> Прогресс, который устанавливает новый стандарт, принимаемый другими организациями;

<трансформация> изменение, преобразующее рынок (меняющее правила, направление, открывающее новые перспективы и т. д.).

3.265 **ответственность за качество продукта** (product liability): (O) Обязанность производителя или других лиц по возмещению ущерба: травмам персонала, повреждению оборудования или другого вреда, вызванного продуктом, используемым в соответствии с информацией, поставляемой с ним.

Примечание — Юридические и финансовые аспекты ответственности за продукцию могут зависеть от конкретного законодательства.

3.266 **план выпуска продукта** (product plan): (S) Подраздел бизнес/корпоративного плана, который содержит все элементы, связанные с конкретным продуктом или ассортиментом.

3.267 **планирование продукта** (product planning): (Mn) Использование выявленных рынков, продукции и ресурсных возможностей для достижения целей.

3.268 **товарная политика** (product policy): (G) Организационная политика по отношению к ассортименту, классу, стилю и цене продукта.

3.269 **предложение продукта** (product proposal): (S) Предложение предполагает разработку нового или улучшение текущего продукта.

3.270 **спецификация продукта** (product specification): (S) Референтный документ, устанавливающий особенности, характеристики и свойства продукта, содержащий всю информацию, необходимую для его создания.

Примечание — Иногда используются термины «техническая спецификация» или «техническое задание».

3.271 **стратегия продукта** (product strategy): [G (D)] Стратегия достижения бизнес и дизайн целей, относящихся к развитию продукта, с указанием привлекаемых ресурсов.

3.272 **оформление продукта** (product styling): (D) Применение конкретного формата к внешнему виду продукта.

3.273 **проект** (project): (O) Координируемая и управляемая деятельность, состоящая из этапов: предпроектных исследований, начальной стадии дизайн-концепции, стадии детального дизайна, стадии разработки и стадии воплощения; предпринятая для достижения конкретных требований, включая ограничения по времени, стоимости и ресурсам.

Примечания

1 Отдельные проекты могут быть частью более крупных проектов.

2 Иногда цели проекта уточняются, а характеристики продукции определяются постепенно по мере выполнения проекта.

3 Результатом проекта может быть один или несколько видов продукции.

4 Этапы могут выполняться непоследовательно, могут быть рекурсивными или частично параллельными.

3.274 **проектное задание** (project brief): (S) Спецификация конфигурации проекта для его воплощения согласно дизайн-брифу.

Примечания

1 Также называется «предложением по реализации проекта».

2 Проектное задание обычно включает в себя коммерческое предложение, техническое задание на проектирование и рабочую программу, разбитую на этапы с контрольными точками и сроками выполнения, необходимые компетенции и ресурсы, а также распределения обязанностей. Иногда включает и краткую информацию о решениях (особенно в случае, когда некоторые подходы и решения необходимо исключить).

3.275 **план работ проекта** (project plan): (S) Документация, определяющая программу работы и последовательность проводимых мероприятий.

Примечание — Также известен как «план работ», который может использоваться для обозначения цели каждого этапа работ, принимаемых решений и задач, и может содержать рекомендации о том, кто будет нести ответственность за выполнение данных этапов.

3.276 **предложение** (proposition): (SI) Назначение продукта с точки зрения выгоды для пользователей.

Примечания

1 Продукция не считается собственной, если она была специально адаптирована под особые требования потребителя.

2 При наличии собственных компонентов права на интеллектуальную собственность (IPR) остаются у поставщика.

3.277 **компонент собственной разработки** (proprietary part): (O) Часть дизайна или продукта этого дизайна, авторские права и производство которых полностью принадлежит поставщику, как организации, несущей ответственность и владеющей продуктом.

3.278 **прототип** (prototype): (D)

Примечание — На такой модели могут испытываться и оцениваться реальные свойства продукта.

<ранняя стадия> Физическая или виртуальная модель, на основании которой будет создан продукт или услуга; разрабатывается для проверки идей и проектов, установления обратной связи с пользователями;

<средняя стадия> Частичная версия построения системы, которая стремится повторить конечный продукт и проверить аспекты его деятельности;

<поздняя стадия> Полностью рабочая версия продукта, готовая к серийному производству, состоящая, по возможности, из серийных узлов или деталей.

3.279 **связи с общественностью** [public relations (PR)]: (I) Практика продвижения и поддержания имиджа лица или организации через средства массовой информации и события: пресс-релизы, пресс-киты, тематические исследования, интервью, информационные бюллетени компании и спонсорскую деятельность.

3.280 **качественный анализ** (qualitative): (M) Исследовательский подход или анализ субъективных мыслей, чувств, реакций и мотиваций потребителей.

Примечание — Качественные результаты могут обеспечивать расширенное понимание эмоциональных связей и моделей поведения людей, продуктов, услуг и т. д.

3.281 **качество** (quality): (G)

<характеристики> Совокупность свойств и характеристик продукта, влияющих на его способность отвечать реальным потребностям и удовлетворять заявленным требованиям;

<спецификация> Степень соответствия продукта дизайн-спецификации;

<восприятие клиентов> Степень совершенства в восприятии клиента или заинтересованной стороны.

Примечание — Термин «качество» может использоваться совместно с прилагательными типа «низкое», «хорошее» или «превосходное».

3.282 **менеджмент качества** (quality management): (G)

<политика> Аспект общей функции менеджмента, определяющий и реализующий политику в области качества;

<деятельность> Скоординированная деятельность по руководству и управлению организацией применительно к качеству.

3.283 **руководство по качеству** (quality manual): (G) Референтный документ с указанием требований к продукции и системе менеджмента.

3.284 **политика в области качества** (quality policy): (G) Общие намерения и направления деятельности организации в области качества, официально сформулированные высшим руководством.

3.285 **система качества** (quality system): (G) Организационная структура, процедуры, процессы и ресурсы, необходимые для осуществления управления качеством.

3.286 **количественный анализ** (quantitative): (M) Исследовательский подход или анализ измеряемых факторов: сумм, размеров и т. д.

Примечание — Данные собираются для статистического анализа и используются для прогнозирования поведения потребителя, потенциальных рынков и перспектив будущего роста.

3.287 **обзорное картографирование**(radar mapping): (C) Оценки будущих возможностей исходя из существующих критериев эффективности.

3.288 **радикальные инновации** (radical innovation): [C (D)] Инновации, приводящие к значительным (иногда пошагово) изменениям, которые невозможно экстраполировать из нынешнего состояния.

Примечания

1 Могут стать причиной крупного и/или фундаментального изменения одного или двух факторов; или небольших изменений нескольких факторов, которые сообща приведут к удивительному результату, ломающему стереотипы или устанавливающему новые точки отсчета.

2 Могут касаться продукции, услуг, процессов, методов и технологий; позиционирования, практик, эффективности, ожиданий и возможностей.

3.289 **обоснование** (rationale): (S) Ответ на бриф, объясняющий процесс мышления и обосновывающий принятое решение.

Примечание — Обоснование может включать в себя решения, принимаемые в отношении, например, формы, функций, эстетики, требований пользователя и нужд потребителя.

3.290 **вторичное применение**(recycle): (D) Переработка материалов и компонентов для их повторного использования, как правило после вывода продукта из эксплуатации.

3.291 **зарегистрированный дизайн** (registered design): (O) Право собственности, присвоенное законом.

Примечания

1 См. Акт о зарегистрированном дизайне от 1949 г. [4], дополненный в соответствии с Законом о защите авторских и патентных прав, а также прав в области конструкторских разработок от 1988 г. [2].

2 Применимо к новым, промышленным видам дизайна и защищает элементы внешнего вида, а не конструкцию или функции.

3.292 **надежность** (reliability): (S) Вероятность того, что элемент сможет выполнять требуемую функцию в определенных условиях в течение определенного времени.

Примечание — Как правило, предполагается, что элемент может выполнять требуемые от него функции при заданных условиях в течение заданного промежутка времени.

3.293 **возобновляемый источник** (renewable): (G) Естественный пополняемый, по крайней мере, со скоростью потребления источник.

3.294 **требования** (requirement): [G (S)] Установленные потребности и ожидания, обязательные к исполнению.

Примечания

1 Выражение «обычно подразумевается» означает, что специальной или общепринятой методикой для организации, ее потребителей и других заинтересованных сторон является то, что подразумеваются ее рассматриваемые нужды или ожидания.

2 Для обозначения специальных типов требований может использоваться классификатор, например классификатор требований к продукции, требований потребителя или менеджмента качества.

3 Установленное требование — требование, которое устанавливается, например, документом.

4 Требования могут формироваться различными заинтересованными сторонами.

3.295 **научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИР и ОКР)** [research and development (R&D)]: (O) Многоэтапное систематическое и тщательное исследование по конкретной теме и последующая разработка предложений в выбранном направлении.

3.296 **обратная логистика** (reverse logistics): [Mn (D)] Планирование, внедрение и эффективный контроль экономически эффективных потоков сырья, процессов учета, готовой продукции и связанной с ними информации от точки потребления обратно в точку отправления.

Примечание — Относится к восстановлению ценности и последующей утилизации продукции.

3.297 **риск** (risk): (G) Совокупный эффект вероятности возникновения нежелательного события и его тяжести.

3.298 **оценка риска** (risk assessment): (D) Процесс выявления и оценки возможных неблагоприятных результатов проекта, если их невозможно избежать или уменьшить, путем уравновешивания и устранения возможных последствий.

3.299 **риск аудит** (risk audit): (S) Выявление и оценка потенциальных опасностей или убытков.

3.300 **риск менеджмент (управление рисками)** (risk management): (D) Процесс принятия решений по устранению, смягчению или принятию известных рисков или опасностей.

3.301 **дорожная карта (или маршрутная карта)** [road map (or route map)]: (G) Описание ожидаемых достижений и промежуточных этапов, обеспечивающее руководство по пути в планируемое будущее.

Примечания

1 Маршрутная карта может быть составлена в отношении продуктов, сервисов, процессов, методов и технологий.

2 При помощи тщательного планирования можно сформулировать идеи новых продуктов и т. д., в которых получится применить ожидаемые достижения (технологические и т. д.) по мере их появления.

3.302 **эластичный дизайн** (robust design): (D)

<эволюция> Дизайн, созданный с целью или возможностью дальнейшего развития;

<изменчивость> Дизайн, который нечувствителен к изменениям в его производстве и использовании.

3.303 **реестр** (roster): (G) Перечень ведущих консультантов, поставщиков, сервис-провайдеров с проверенной репутацией, в т. ч., финансовой, утвержденных в качестве уполномоченных поставщиков организации, до рассмотрения взаимодействия по проекту и обсуждения условий сотрудничества.

Примечание — Также известен как «перечень утвержденных поставщиков».

3.304 **критичный для безопасности элемент** (safety-critical item): (D) Компонент или система, которые в случае отказа могут поставить под угрозу человеческую жизнь или имущество.

3.305 **критичная для безопасности система** (safety-critical system): (D) Система, сбой которой может привести к серьезной травме или смерти человека, зависящего от нее.

Примечание — Смотрите также критичный для безопасности элемент.

3.306 **стенд для образцов** (sample board): (D) Стенд, демонстрирующий основные материалы и элементы отделки, используемые в дизайне, для четкого представления цвета, текстуры, отделки и качества продукции, включая ее совместимость и конечное представление о продукте.

Примечания

1 На стенде могут быть представлены реальные образцы материалов и фурнитуры/комплектующих. При необходимости отобразить большие размеры, большие площади для образцов или повторяющиеся образцы используются фотографии.

2 Смотрите также доска настроения.

3.307 **сценарий** (scenario): (C)

<продукт> Описание и конфигурация ожидаемых действий пользователя с продуктом;

<использование> Вероятные будущие обстоятельства, в которых мог бы фигурировать продукт.

3.308 **сценарное планирование** (scenario planning): (C) Разработка несколько возможных вариантов будущего для того, чтобы помочь спрогнозировать возможные будущие направления развития продукта.

Примечания

1 Используется для оценки вероятности событий будущего и подготовить организации к более эффективному противодействию данным событиям в случае их развития.

2 Помогает выявить потенциальные новые потребности, а также пробелы в текущей ситуации, является основой, для прямых исследований и НИОКР, связанных с существующими или новыми продуктами.

3.309 **сегментация** (segmentation): (M) Структурирование целевых аудиторий в соответствии со значительными признаками или поведенческими факторами.

Примечание — Например, по предпочтениям, точкам зрения, убеждениям и потребительским привычкам.

3.310 **анализ чувствительности**(sensitivity analysis): (D)

<составляющие факторы> Определение относительного воздействия равных вариаций различных составляющих факторов на рассматриваемую ситуацию;

Примечание — Факторы и ограничения могут быть добавлены или удалены, чтобы производить «лучшие», «худшие» и «наиболее вероятные» случаи.

<степень изменения> Оценка воздействия конкретных факторов на общую ситуацию (производительность, результаты и т. д.).

3.311 **серийная инновация** (serial innovation): (C) Группа взаимосвязанных инноваций, осуществляемых совместно для достижения желаемого результата инновации.

Примечание — Часто возникает в результате предварительных наработок или из текущих потребностей производственно-сбытовой цепи для достижения целевой инновации.

3.312 **серийный новатор** (serial innovator): Лицо или организация, с успешным опытом нескольких инноваций, которые не обязательно взаимосвязаны.

3.313 **услуга (сервис)** (service): (G)

<деятельность> Результат деятельности между поставщиком и клиентом, целью которой является удовлетворение потребностей клиента.

Примечания

1 Поставщик или клиент могут быть представлены персоналом или оборудованием.

2 Взаимодействие клиента и поставщика может иметь первостепенное значение для предоставления услуги.

3 Услуга нематериальна и ввиду этого не подлежит хранению.

4 Услуга может быть связана с производством и поставкой материального продукта.

5 Данное определение базируется на определении, приведенном в стандарте BS 5750-8.

<свойство>Набор функций, предложенных пользователю организацией.

Примечание — Доставка или применение материального продукта могут быть частью предоставления сервиса

3.314 **основа услуги (сервиса)**(service core) Центральный или основной объем услуги.

3.315 **предоставление услуги (сервиса)** (service delivery): (I) Действия поставщика, необходимые для предоставления услуги (сервиса).

Примечания

1 Доставка или применение материального продукта могут быть частью предоставления услуги (сервиса).

2 См. стандарт BS 5750-8.

3.316 **экосистема сервиса** (service ecology): (I) Система взаимодействия между всеми, образующими сервис.

3.317 **сервисная среда**(service environment): (I) Любое пространство и место предоставления услуги.

Примечание — Включает веб-сайты и мобильные телефоны.

3.318 **совершенство услуги (сервиса)** (service excellence): (G) Потребители и конкуренты признали исключительное качество конфигурации и предоставления услуги (сервиса).

3.319 **предложение услуги(сервиса)** (service offering): (I) Сущность предоставляемой услуги (сервиса).

3.320 **состав услуги(сервиса)** (service resolution): (D) Элементы, определяющие конфигурацию услуги(сервиса).

3.321 **симуляция** (simulation): (C) Представление процесса или опыта, точная имитация реальности.

Примечания

1 Симуляция используется для исследования того, как продукт или система могут вести себя в различных обстоятельствах, а также для наглядной демонстрации характеристик продукции или системы при прогнозируемых обстоятельствах.

2 Целью симуляции является проведение экспериментов над поведением модели для определения ценности отдельных параметров системы при различных условиях эксплуатации.

3 Все параметры, включая время, могут масштабироваться при использовании в модели.

3.322 **одновременный инжиниринг** (simultaneous engineering): (G) Одновременность выполняемых действий в течение проектирования и производства продукта.

Примечание — Также называется «параллельной обработкой», «параллельным инжинирингом» или «одновременной деятельностью».

3.323 **методология гибких систем**(soft systems methodology): (G) системная методология для решения возникших проблем, приводящих к нежелательным результатам.

3.324 **спецификация** (specification): (S) Референтный документ, устанавливающий требования к продукту.

Примечания

1 Для указания типа спецификации (спецификация на продукт, спецификация испытаний и т. д.) необходимо использовать классификатор.

2 Обычно спецификация включает в себя или содержит ссылки на чертежи, рисунки и другие материалы, а также указание на средства и критерии оценки соответствия требованиям.

3.325 **элемент спецификации** (specification element): (S) Аспект, который необходимо учитывать при составлении дизайн-спецификации.

3.326 **стыковка этапов** (stage gateway): (G) Веха и точка принятия решения о продолжении или о прекращении проекта.

3.327 **заинтересованная сторона** (stakeholder): (G) Организация, лицо или группа лиц внутри или вне организации, вовлеченные и заинтересованные в деятельности организации и ее операционной или зависящей среды.

Примечание — Интерес может быть связан с получением различных выгод, например, финансовых, социальных, политических, личных и т. д.

3.328 **статический дизайн**(static design): (C) Дизайн, где изменения редки, постепенны или эволюционны.

3.329 **истории из будущего** (stories from the future): (C) Потенциальные сценарии, осязаемые и эмоциональные рассказы.

3.330 **раскадровка** (story board): [C (D)] Проиллюстрированная подробная диаграмма, показывающая продукт в процессе его эксплуатации и предназначенная для оценки продукта.

3.331 **управление цепочками поставок** (supply chain management): (Mn) Управление деятельностью по поставке сырья, его переработке в промежуточные изделия, изготовлению готовой продукции, доставке продукции клиентам через систему распределения.

3.332 **эко-устойчивый дизайн** (sustainable design): (G) Исследования и применение их результатов к разработке продуктов, сервисов, систем и процессов, способных к ре-дизайну, положительно влияющих на социальные, экономические и экологические факторы (т. е. людей, выгоду, планету).

Примечание — Может включать в себя материалы, их источники и конечную утилизацию; энергетическую и транспортную политику; срок службы продукции и стратегии сокращения объема отходов.

3.333 **вещественные доказательства** (tangible evidence): (SI) Материальные аспекты для оценки эффективности.

3.334 **целевая спецификация** (target specification): (S) Референтный документ фиксирует основную цель и ожидаемую производительность продукта.

Примечания

1 Включает в себя такие особенности, как стиль, категория, внешний вид, условия применения (включая соображения относительно охраны здоровья и безопасности), характеристики, упаковка, соответствие требованиям, надежность и техническое обслуживание.

2 Зачастую является результатом анализа реализуемости и служит основой дизайна. Иногда называются «техническим заданием на проектирование» или «основной спецификацией».

3.335 **технический файл** (technical file): Сведенная воедино техническая информация о продукте, удовлетворяющая требованиям к документации европейских директив, применимых к продукции (например, маркировка CE).

Примечание — Может включать в себя спецификации, чертежи, перечни элементов, описание конструкции, оценки рисков, протоколы испытаний, копии инструкций по монтажу, эксплуатации и техническому обслуживанию (данный список не исчерпывающий).

3.336 **техническая спецификация продукции** [technical product specification (TPS)]: (S) Совокупность референтных технических документов на продукт, содержащая полное определение дизайна и технические характеристики продукта, для производства и верификации.

Примечание — Ранее данная спецификация называлась «комплектом технической документации на продукт».

3.337 **технический обзор** (technical review): (G)

<организация> Оценка технических целей и возможностей средств дизайна, в контексте общего бизнеса и маркетинговых планов;

Примечание — Для обеспечения менеджмента с ясным представлением деятельности организации, включая разработку новых продуктов, внедрение новых методов производства, подготовку и переподготовку новых сотрудников, с учетом меняющихся требований технологий.

<продукт> Оценка эффективности против требуемой Технической спецификации продукта.

3.338 **технологическое продвижение** (technology-push): (G) Внесение изменений, инициированных технологией.

Примечание — Тенденция следовать техническим перспективам и технологическим достижениям, не обязательно со ссылкой на потребности клиентов.

3.339 **дорожная карта (развития) технологий** (technological route map): (G) Описание ожидаемой серии событий и вех в определенных технологиях, содержит указания о дальнейшем их развитии.

Примечание — При разумном планировании новые продукты могут быть задуманы так, чтобы использовать ожидаемые технологические разработки по мере их готовности.

3.340 **теротехнологии** (terotechnology): (O) Сочетание финансовых, инженерных, строительных практик и менеджмента применительно к материальным активам с целью снижения стоимости жизненного цикла.

Примечания

1 Теротехнология связана со спецификацией и проектом для определения надежности и ремонтопригодности физических активов, например, предприятия, станочного парка, оборудования, сооружений и конструкций. Применение теротехнологии также учитывает процессы монтажа, ввода в эксплуатацию, работу, техническое обслуживание, модификацию и замену частей. На принимаемые решения влияние оказывает обратная связь относительно конструкции, характеристик и затрат в течение всего жизненного цикла продукции.

2 Теротехнология применима в равной степени к активам и продукции, поскольку продукция одной организации зачастую становится активом другой. Даже если продукцией является простой компонент, его дизайн и привлекательность для потребителя будут извлекать пользу из теротехнологии, и это будет отражаться в повышении рыночной надежности для производителя.

[BS 3811:1993, определение 1101]

3.341 **план испытаний** (test plan): План испытательных работ на соответствие требованиям к конечному продукту.

3.342 **спецификация испытаний** (test specification): (S) Референтный документ, описывающий в деталях методы проведения испытаний, включая, в случае необходимости, критерии оценки результата.

Примечание — Может включать в себя положения о соответствии и оценке надежности.

3.343 **аналитический центр** (think tank): (C) Группа лиц, собранная для совместной генерации новых идей по конкретной теме.

Примечание — См. также мозговой штурм и латеральное мышление.

3.344 **использование времени** (time use): (O) Изменение соотношения затрат времени на работу, транспорт, досуг и семейную жизнь, в часах и минутах каждый день, по ночам и в выходные дни.

3.345 **подход сверху-вниз** (top-down approach): (G) Дизайн-метод, который начинается с рассмотрения единого целого, затем переходит к рассмотрению составных частей.

Примечание — См. также метод «восходящего» проектирования.

3.346 **тотальный дизайн** (total design): (G) Междисциплинарный повторяющийся процесс претворения идеи и / или потребность рынка на всех этапах ЖЦ, вплоть до утилизации.

3.347 **точки контакта** (touch-points): (I) Точки соприкосновения и взаимодействия, которые определяют представления заинтересованной стороны о продукте.

Примечание — Данные точки могут включать в себя ряд важных контактов в течение определенного времени между пользователями и продукцией.

3.348 **тренд** (trend): Идентифицированный паттерн событий.

3.349 **тренд прогнозирование** (trend forecasting): (M) Акт предсказания тенденций, стиля, моды, будущих возможностей рынка.

Примечания

1 Идентифицируются участниками рынка, торговцами, дизайнерами и потребителями.

2 Также называется «идентификацией трендов».

3.350 **триггер** (trigger): (G) Катализатор разработки нового продукта или дизайна.

Примечание — Может возникать при разных обстоятельствах, включая технический прогресс, толчок от рынка или иногда в результате непрогнозируемого научно-технического достижения или просто случая.

3.351 **одобрение типа** (type approval): (S) Статус дизайна, полученный при испытаниях типа, соответствие всем требованиям спецификации продукта для конкретного применения.

Примечание — может быть внутри организации или производиться третьей стороной.

3.352 **удобство в использовании** (usability): (O) Степень, в которой продукт может быть использован определенными лицами для достижения установленных целей эффективно, рентабельно и соответственно контексту использования.

[BS EN ISO 9241-11+A1:1998, определение 3.1]

3.353 **правила использования** (use specification): (S) Референтный документ, подробно описывающий метод ввода в действие, работу, управление и настройку продукта.

Примечание — Могут быть представлены в форме руководства по эксплуатации.

3.354 **ориентированный на пользователя** (user-centred):

<опыт> Разработка продукта или сервиса вокруг жизни и поведения потребителей или пользователей;

<люди> Дизайн-подход, который вовлекает пользователей и помещает их в центре дизайн-процесса.

Примечание — Иногда подобный подход называют «сфокусированный на пользователе», «ориентированный на клиента», «эмпатический» или «совместный дизайн» (в частности, в архитектуре и планировании).

3.355 **удобный для пользователя** (user friendly): (G) Результаты дизайна, которые легко воспринимаются пользователем, все операции доступны и легко усваиваются им на интуитивном уровне.

Примечание — Иногда называют «чувствительный к пользователю», «уважительный к возрасту» или «дружественный к людям с ограниченными возможностями».

3.356 **валидация** (validation): Подтверждение путем предоставления объективных доказательств, что требования для конкретного предполагаемого использования или применения выполнены.

Примечания

1 При проектировании и разработке валидация касается процесса определения пригодности продукта и его соответствие потребностям пользователей.

2 Валидация, как правило, выполняется на конечном продукте при определенных условиях эксплуатации. Это может быть необходимо на более ранних стадиях.

3 Термин «валидировано» используется для обозначения соответствующего статуса.

4 Многократная валидация может проводиться, если существуют различные предполагаемые цели использования.

3.357 **протокол валидации** (validation protocol): Изложение метода осуществления валидации, как правило, содержащее перечень всех элементов спецификации продукта с указанием природы валидации.

Примечание — Может быть инспекцией, испытанием или отзывом.

3.358 **отчет о валидации** (validation report): Письменный отчет с описанием результатов и итогов проведения валидации.

3.359 **анализ стоимости** (value analysis): (D) Систематический междисциплинарный анализ основных факторов, влияющих на стоимость продукта, для разработки средств достижения указанной цели наиболее экономично в соответствии с требуемыми стандартами качества и надежности.

[BS 3138+A1:1992, определение 21090]

3.360 **цепочка ценностей** (value chain): (G) Все факторы и операции, выполняемые организацией или от ее лица, вносящие свой вклад в ценность продукции, производимой организацией, согласно представлению заинтересованных сторон (в частности, клиентов и пользователей), от первоначального замысла до окончательной утилизации и переработки.

3.361 **система ценностей** (value system): (O) Мораль, принципы и убеждения, поддерживаемые в организации и потребителем.

3.362 **верификация** (verification): (S) Подтверждение выполнения указанных требований путем предоставления объективных доказательств.

Примечания

1 Термин «верифицировано» используется для обозначения соответствующего статуса.

2 Верификация может включать в себя такие мероприятия, как:
- выполнение альтернативных расчетов;
- сравнение новой дизайн-спецификации с аналогичными проверенными дизайн-спецификациями;
- проведение испытаний и демонстраций;
- просмотр документов до их выпуска.

3.363 **визуальная идентичность** (visual identity): (D) Визуальное отображение корпоративного стиля организации.

3.364 **система визуальной идентификации** (visual identification system): (D) Основные средства, с помощью которых организация визуально проявляет свою корпоративную идентичность.

Примечание — Обычно включает в себя основные элементы, такие как символы, логотипы, цвета и шрифты, их сочетание в соответствии с установленными правилами, стандартами и процедурами.

3.365 **программа визуальной идентификации** (visual identity programme): (S) Периодический мониторинг и анализ системы визуальной идентификации.

Примечание — Данная программа должна дополняться разработкой и поддержанием системы визуальной идентификации.

3.366 **визуальные образы** (visual imagery): (I) Визуальная передача идей и концепций.

3.367 **визуальное моделирование** (visual modeling): [C (D)] Исследовательская методология использования визуальных стимулов для выражения концепции или идеи.

3.368 **визуализация** (visualization): Процесс наглядного выражения идеи и концепции с использованием визуальных образов.

3.369 **анализ по типу «что если?»** («what-if?» analysis): (C) Изучение проблемы с целью определения возможности изменений эффективности или результатов в случае перемены обстоятельств, в частности, при устранении ограничений и барьеров.

Примечание — Отличается от анализа «если бы» тем, что отправной точкой служит известное настоящее, а не желаемое будущее состояние.

3.370 **расходы полного жизненного цикла** (whole-life costs): (I) Расходы, понесенные или возникающие в связи с разработкой, изготовлением, использованием, обслуживанием, утилизацией и окончательной ликвидацией изделия.

Примечание — Включает в себя расходы по найму, подготовке и переподготовке кадров и другие косвенные затраты организации.

3.371 **ширина инновационного маршрута** (width of the innovation highway) Обязательные к исполнению параметры (в том числе финансовые), способные ограничить планы и области разработки долгосрочных продуктов.

3.372 **рабочий процесс (документооборот, технологический маршрут)** (workflow): (O) Последовательность задач и движения документов в ходе процесса.

3.373 **диаграмма рабочего процесса** (workflow diagram): (O) Диаграмма, отображающая течение или достижения работы.

Примечание — Могут применяться к организации, подразделению или отдельному лицу.

3.374 **рабочая модель** (working model): (C) Модель, воспроизводящая работу продукта, отдельного компонента или сборочного узла.

Примечания

1 Модель обычно изготавливают, чтобы протестировать механизмы, функционирование и эргономику.

2 Основная форма рабочей модели состоит из «урезанной» модели механизмов;
более развитые модели включают оболочки, которые демонстрируют внешний вид готового продукта.

3 См. также модель, дизайн-модель и готовая модель.

3.375 **управление доходностью** (yield management): (M) Методы, гарантирующие максимизацию потенциала генерации прибыли операции.

Библиография

Публикации стандартов

BS 3138+A1:1992 Глоссарий терминов, используемых в дизайн-менеджменте

BS 3811:1993 Словарь терминов, используемых в теротехнологии

BS EN ISO 9000:2005 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. Трехъязычная версия

BS EN ISO 9001 Системы менеджмента качества. Требования

BS EN ISO 9241-11 + A1:1998 Эргономические требования, связанные с использованием видеотерминалов для учрежденческих работ. Часть 11. Руководство по применению

BS EN ISO 14001 Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению

BS EN ISO 19011 Аудит систем менеджмента качества и/или окружающей среды. Руководящие указания

BS ISO 10007:2003 Системы менеджмента качества. Руководящие указания по менеджменту конфигурации

Другие публикации

[1] Великобритания. Закон о дискриминации инвалидов, 2005, Лондон: HMSO

[2] Великобритания. Авторское право, образцы и закон о патентах, 1988, Лондон: HMSO

[3] Великобритания. Закон о патентах, 2004, Лондон: HMSO

[4] Великобритания. Зарегистрированный дизайн-закон, 1949, Лондон: HMSO

УДК 001.4:005:006.354 ОКС 01.040.03 03.100.01 Т54

Ключевые слова: руководство, управление, промышленная продукция, дизайн-менеджмент, системы дизайн-менеджмента

Редактор *Л.Б. Бодякина*
Технический редактор *В.Н. Прусакова*
Корректор *М.М. Малахова*
Компьютерная верстка *Е.А. Кондрашовой*

Сдано в набор 22.12.2015. Подписано в печать 09.02.2016. Формат 60×84⅛. Гарнитура Ариал.
Усл. печ. л. 4,18. Уч.-изд. л. 3,75. Тираж 33 экз. Зак. 391.

Издано и отпечатано во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ», 123995 Москва, Гранатный пер., 4.
www.gostinfo.ru gost.e-ecolog.ru

gost.e-ecolog.ru