

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО  
ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ



НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
СТАНДАРТ  
РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р  
56645.5—  
2015

## СИСТЕМЫ ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТА

### Термины и определения

(BS 7000-10:2008, Design management systems —  
Part 10: Vocabulary of terms used in design management, IDT)

Издание официальное



Москва  
Стандартинформ  
2020

## Предисловие

1 ПОДГОТОВЛЕН Федеральным государственным унитарным предприятием «Научно-исследовательский институт стандартизации и унификации» (ФГУП «НИИСУ») на основе собственного перевода на русский язык англоязычной версии 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 «Системы дизайн-менеджмента. Часть 10. Термины и определения» (BS 7000-10:2008 «Design management systems — Part 10: Vocabulary of terms used in design management», IDT).

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

5 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

6 ПЕРЕИЗДАНИЕ. Февраль 2020 г.

*Правила применения настоящего стандарта установлены в статье 26 Федерального закона от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации». 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 ([www.gost.ru](http://www.gost.ru))*

© Стандартинформ, оформление, 2016, 2020

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 .....	31

## 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 дизайне-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.

## 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;
- SI — 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.

**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:

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

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

в) 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 (added value):** (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** — Этую модель также называют управляемой моделью, пенопластовой моделью или пространственной моделью.

**3.18 блюпринтинг (blueprinting):** (D) Картрирование 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 практичесности, 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 деятельности.

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 микрофиш и компьютерных программ.

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

**Примечание** — Также называется графиком причинной зависимости Исиавы 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 осуществляются.

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 дизайнерского 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):** (С) Исходная идея дизайна.

**Примечания**

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

2 Как правило, существуют несколько концепций.

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

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

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

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

**3.57 параллельная обработка (concurrent processing):** (Г) 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 разнoproфильных 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):** (С) Взаимосвязанные функциональные и физические характеристики продукта, приведенные в информации о продукте.

[BS ISO 10007:2003, определение 3.3]

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

<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):** (С) Группа технических и административных специалистов, уполномоченных и ответственных принимать решения по конфигурации и ее менеджменту.

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

**Примечание** — Идентификация может включать в себя:

а) интерфейсы и соответствующие изменения;  
б) присвоение идентификационных символов или номеров элементам конфигурации и их фиксирование в соответствующей документации.

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

[BS ISO 10007:2003, определение 3.5]

**3.63 менеджмент конфигурации (configuration management):** (С) 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):** (С) Официальный отчет по информации о конфигурации продукции, статусе предложенных изменений и статусе реализации утвержденных изменений.

[BS ISO 10007:2003, определение 3.7]

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

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

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

**Примечание** — Та же 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): (О) Исключительное право собственности, установленное законом, дает правовую защиту использованию 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): (О) 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): (О) 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, так 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, дистрибутором, 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) Стrатегическое 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 клиентом 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.

**П р и м е ч а н и я**

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 продукте.

**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. «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.

**П р и м е ч а н и я**

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.

**П р и м е ч а н и я**

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, соответствуя 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:

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

б) данное изменение реализуемо;

с) изменение совместимо с взаимодействующими деталями или системами;

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

е) 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:

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

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

с) информировать о ходе разработки решений;

д) 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):** 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 энергозэффективной, более простой в переработке, разборке или ремонте продукции или использование менее токсичных, более легко воспроизводимых и повторно используемых материалов.

2 Иногда используются термины «экодизайн» 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: концептуальное, визуальное и структурное единство, от создания до реализации и использования, без лишних или ненужных компромиссов.

3.121 **интегрированность дизайна** (design integration): (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 организаций.

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:

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

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

с) 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:

- а) коммерческое задание на проектирование;
- б) техническое задание на проектирование;
- с) программу проектирования с указанием этапов и сроков их выполнения;
- д) лиц, которые будут привлекаться к проекту, и меры ответственности, которые будут закрепляться за различными аспектами работы;
- е) 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:

- а) обеспечение соответствия дизайна техническому заданию на проектирование;
- б) изменение технического задания на проектирование (при необходимости);
- с) идентификация проблем (при их возникновении) и составление предложений относительно разработки принятых решений;
- д) 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 трехмерных (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.

## ГОСТ Р 56645.5—2015

**П р и м е ч а н и е** — 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.

**П р и м е ч а н и е** — Дизайн-стратегия может касаться определенных категорий дизайна, типов проектов, подразделений 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.

**П р и м е ч а н и е** — 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.

**П р и м е ч а н и я**

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.

**П р и м е ч а н и е** — 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.

**П р и м е ч а н и е** — 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.

**П р и м е ч а н и е** — Также применяется к организациям, хотя в этом случае обычно используется термин «имитаторы первоходцев».

**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.

**П р и м е ч а н и е** — Так же используется термин «бюджетная стоимость выполненных работ» (BCWP).

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

**П р и м е ч а н и е** — 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 «инженеринг 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, направлено на поддержание или расширение существующих рынков.

**Примечание** — Также используется термин «постаптальный 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 будет 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 Року 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 деятельности проекта, которые первоначально планировалось сделать последовательно.

3.165 **технико-экономическое обоснование** (feasibility study): (C) Экспертиза возможностей дизайна-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** — Таюже 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 **антропоцентрический дизайн** (human-centred design): [D (DD)] Подход, который фокусируется на потребностях, возможностях, тенденциях и ограничениях предполагаемых пользователей.

**Примечание** — См. 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 предлагающее 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 эксплуатация 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 вклада 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, выявлять проблемы (если такие 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:

а) обеспечить соответствие инноваций проектному заданию;

б) 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:

а) инновации используются в полной мере;

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

с) 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:

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

б) 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 воспроизведением 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 или пострадавшая 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 г.

**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*): (С) 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 Потенциал 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:

а) выход продукции на рынок;

б) рост при повышенном спросе;

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

г) 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, возникающим 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 результаты 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, защищающее 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 производства или конечного продукта.

3.249 **спецификация рабочих характеристики** (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 повышению функциональности и надежности, предпринимаемым после принятия в эксплуатации 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 деятельности, 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 проверено, часто называют «специальный процесс».

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

**Примечание** — См. 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 деятельности или процессов.

**Примечания**

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

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

3 Продукт может быть запланированным (например, предложение чего-либо клиентам) или незапланированным (например, 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, внесенных 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 могут 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 Так же 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 распределение 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 принадлежат 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 компаний 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 принятное 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)** [roadmap (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 том числе 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** — См. также «kritичный 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 См. 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 нескольких возможных вариантов будущего для того, чтобы помочь спрогнозировать возможные будущие направления развития продукта.

**Примечания**

1 Используется для оценки вероятности событий будущего и подготовки 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): (С) 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 **симулляция** (simulation): (C) Представление процесса или опыта, точная имитация реальности.

Примечания

1 Симулляция 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 симулляции 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 — Такое 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 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, осозаемые 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 экоустойчивый дизайн** (sustainable design): (G) Исследования и применение их результатов к разработке продуктов, сервисов, систем и процессов, способных к редизайну, 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 называется 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 применяется 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 превращения 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 прогнозирования (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 сфокусированным на пользователе, ориентированным на клиента, эмпатическим или совместным дизайном (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 чувствительным к пользователю, уважительным к возрасту или дружественным 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 соответствия 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 первоначально-го 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.

П р и м е ч а н и я

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 отражение корпоративного стиля организации.

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

П р и м е ч а н и е — 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.

П р и м е ч а н и е — 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.

П р и м е ч а н и е — 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.

П р и м е ч а н и е — 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.

П р и м е ч а н и е — Могут применяться к организации, подразделению или отдельному лицу.

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

П р и м е ч а н и я

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 дизайне-менеджменте
BS 3811:1993	Словарь терминов, используемых в терротехнологии
BS EN ISO 9000:2005	Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. Трехязычная 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

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

---

Редактор первиздания *А.Е. Минкина*  
Технические редакторы *В.Н. Прусакова, И.Е. Черепкова*  
Корректор *Е.И. Рычкова*  
Компьютерная верстка *Л.В. Софейчук*

Сдано в набор 06.02.2020. Подписано в печать 03.04.2020. Формат 60 × 84<sup>1/8</sup>. Гарнитура Ариал.  
Усл.печ. л. 4,18. Уч.-изд. л. 3,75.

Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта

---

Создано в единичном исполнении во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ»  
для комплектования Федерального информационного фонда стандартов,  
117418 Москва, Нахимовский пр-т, д. 31, к. 2.  
[www.gostinfo.ru](http://www.gostinfo.ru) [info@gostinfo.ru](mailto:info@gostinfo.ru)