

ПРИЛОЖЕНИЕ А
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Дизайн-мышление и бизнес-модели»

1. Перечень оценочных средств для компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

Код контролируемой компетенции	Способ оценивания	Оценочное средство
ПК-12: Способен реорганизовывать или разрабатывать бизнес-модели инновационных производств	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции представлены в разделе «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций» рабочей программы дисциплины «Дизайн-мышление и бизнес-модели».

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Дизайн-мышление и бизнес-модели» используется 100-балльная шкала.

Критерий	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по традиционной шкале
Студент освоил изучаемый материал, выполняет задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций, может допускать отдельные ошибки.	25-100	<i>Зачтено</i>
Студент не освоил основное содержание изученного материала, задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций не выполнены или выполнены неверно.	0-24	<i>Не зачтено</i>

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки уровня достижения компетенций в соответствии с индикаторами

1.Задание 1

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-12 Способен реорганизовывать или разрабатывать бизнес-модели инновационных производств	ПК-12.1 Способен проводить сбор информации и ее последующий бизнес-анализ с целью выявления необходимости изменений в бизнес-процессах
	ПК-12.2 Способен разрабатывать или реорганизовывать бизнес-модели инновационных производств на основе бизнес-процессов

Задание

Оцените способность компании реорганизовывать (разрабатывать) бизнес-модели инновационных производств (ПК-12)

КЕЙС ИНДИЙСКОЙ КОМПАНИИ MICROMAX

Индийский производитель смартфонов Micromax одновременно испытал плохой и хороший опыт дешевых продаж. Компания вышла на рынок, скопировав технические характеристики смартфонов Nokia и BlackBerry. Да, они сумели проникнуть глубоко на рынок. Как видно, нечистоплотная игра все же позволила Micromax завоевать рынок, однако вопрос встал насколько дешево будет продаваться продукция и в течение какого периода времени. По мере роста рынка в умах потребителей Micromax закрепился дешевым брендом. Компания вынуждена была довольствоваться маленькими отдаленными рынками. Городское население, использующее мобильные телефоны, не воспринимало Micromax серьезно. В конце концов, компания вынуждена была увеличить маркетинговый бюджет в надежде перестроить восприятие бренда. Увеличились ли при этом цены на смартфоны Micromax? Определенно. Финансирование промоционных бюджетов наложило штамп на команду маркетологов, продавцов и дистрибуционную сеть. Был ли перевод бренда из разряда дешевых в разряд премиальных необходимостью? Можно ли было этого избежать? Компания поняла, что создала прецедент, другого способа масштабировать бизнес они не нашли. В категории премиальных брендов Micromax встретила суровую конкуренцию, с которой борется по сей день.

Задание:

1. Проведите сбор информации и бизнес-анализ деятельности компании с целью выявления необходимости изменений в бизнес-процессах? (ПК-12.1)
2. Предложите свою бизнес-модель инновационного производства на основе бизнес-процессов (ПК-12.2)

2.Задание 2

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-12 Способен реорганизовывать или разрабатывать бизнес-модели инновационных производств	ПК-12.1 Способен проводить сбор информации и ее последующий бизнес-анализ с целью выявления необходимости изменений в бизнес-процессах
	ПК-12.2 Способен разрабатывать или реорганизовывать бизнес-модели инновационных производств на основе бизнес-процессов

Задание

Оцените способность компании реорганизовывать (разрабатывать) бизнес-модели инновационных производств (ПК-12)

КЕЙСЫ ПРОДУКЦИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Есть свои особенности ценообразования на продукцию интеллектуальной собственности по бизнес-модели «Дешевле и лучше». В этом сегменте сложно ценить о качестве, к тому же у продукции короткий срок потребления. Например, свежий музыкальный релиз на DVD можно продать по высокой цене только в период популярности певца. Проходит время и релиз становится классикой и подпадает в разряд стандартных цен. А какие коренные изменения внесло поколение YouTube в данный сегмент? Пиратство – большая проблема в данном сегменте. Пиратство – массивный деноминатор цен. Люди чувствительны к ценам на программные обеспечения, и если попытаться продавать лицензии на программное обеспечение по цене выше среднего, люди обратятся к пиратским версиям. Можно попробовать убедить их, что с лицензионной версией они получают большую поддержку и обновления на регулярной основе. В любом случае, дешевые продажи – это не решение.

Можно ли достичь рациональности в продаже дешевой продукции хорошего качества?

Люди понимают, что если продукция продается дешевле, на это есть причины. Если они не видят причины снижения цены, они чувствуют неладное. Для покупателей важно логическое объяснение снижения цены.

Например, можно купить аксессуары для смартфона на сайте ALIEXPRESS за долю цены, которую бы вы заплатили бы в магазине. Возможна даже бесплатная доставка. Причина низкой цены кроется в прямой доставке от производителя в Китае, однако доставка может занять несколько недель. Пусть даже так, вы все равно будете беспокоиться о низком качестве продукта, поскольку цена существенно занижена.

Еще один важный момент состоит в том, что цена начинает влиять на решение покупателя, в случае ее занижения на 15%. Если вы позиционируете свой продукт в качестве дешевой альтернативы, и имеется вероятность того, что люди будут сомневаться в качестве, следует сделать продукцию дешевле не более, чем на 15 %. Это разумный предел сэкономить.

Задание:

1. Проведите сбор информации и бизнес-анализ указанной ситуации с целью выявления необходимости изменений в бизнес-процессах? (ПК-12.1)
2. Предложите свою бизнес-модель деятельности на основе бизнес-процессов (ПК-12.2)

4. Файл и/или БТЗ с полным комплектом оценочных материалов прилагается.