Фонд
оценочных средств

по дисциплине «Креативное дизайн-мышление»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

по направлению подготовки 38.03.02 – РФ, 580200 – КР «Менеджмент»

образовательные программы: «Управление бизнес-процессами производства», «Управление малым бизнесом»,
«Управление маркетингом»

Квалификация
бакалавр

Год набора 2026

Фонд оценочных средств предназначен для контроля знаний обучающихся по направлению подготовки 38.03.02-РФ, 580200-КР «Менеджмент», образовательные программы «Управление бизнес-процессами производства», «Управление малым бизнесом», «Управление маркетингом»

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании Международной бизнес-школы Социо-гуманитарного института Кыргызско-Российского славянского университета имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина

Протокол № 1 от "03" сентября 2026 г.

Руководитель подразделения:
д.э.н., профессор Кочербаева Айнура Анатольевна 

Руководитель образовательной программы
«Управление бизнес-процессами производства»
к.э.н., доцент Рахманалиева А.А. 

Руководитель образовательной программы
«Управление малым бизнесом»
к.э.н., доцент Сулеева Д.А. 

Руководитель образовательной программы
«Управление маркетингом»
к.э.н., доцент Островская Е.С. 

Исполнители:

Доцент Международной бизнес-школы  Сулеева Д.А.

Доцент Международной бизнес-школы  Рахманалиева А.А.

Раздел 1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины/практики

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Виды оценочных средств/шифр раздела в данном документе
ОПК-4: Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	**Знать:** – основные способы выявления и оценки рыночных возможностей; – сущность предпринимательской деятельности; основы разработки бизнес-планов; – методы генерации инновационных идей; – принципы внедрения инноваций и организационных изменений.	**Блок А** – задания репродуктивного уровня – Тестирование
	Уметь: – анализировать потребности потребителей и рыночную информацию; – выявлять новые рыночные возможности; – формировать и обосновывать предпринимательские идеи; – разрабатывать концепции новых продуктов, услуг и направлений деятельности на основе инструментов дизайн-мышления.	**Блок В** – задания реконструктивного уровня – Кейс-метод «Разработка портрета и истории потребителя» – Защита презентации по карте эмпатии
	Владеть: – методами выявления потребностей потребителей и поиска рыночных возможностей; – инструментами дизайн-мышления для разработки инновационных решений; – навыками формирования бизнес-идей, подготовки концепции нового продукта и обоснования перспектив его реализации.	**Блок С** – задания практико-ориентированного и/или исследовательского уровня – Подготовка постера на тему «Пример успешного применения дизайн-мышления в компании» – Защита презентации по генерации бизнес-идеи по методу «6 шляп» – Подготовка и защита 3D-презентации на тему «История моего бизнеса»

Раздел 2. Технологическая карта дисциплины/практики

Креативное дизайн-мышление

Курс -3, семестр -4, Количество ЗЕ -3, Отчетность - экзамен

Название модулей дисциплины согласно РПД	Контроль	Форма контроля	зачетный минимум	зачетный максимум	график контроля
Модуль 1					
Модуль 1. Креативное дизайн-мышление и его этапы	Текущий контроль	Подготовка постера на тему: «Пример успешного применения дизайн-мышления в компании»	4	8	28
	Рубежный контроль	Тест	8	15	
Модуль 2					
Модуль 2. Роль эмпатии в креативном дизайн-мышлении	Текущий контроль	Разработка портрета и истории потребителя	8	14	29
	Рубежный контроль	Защита презентации по карте эмпатии	6	10	
Модуль 3					
Модуль 3. Управление творческим процессом на предприятии	Текущий контроль	Защита презентации по генерации бизнес-идеи по методу «6 шляп»	4	8	33
	Рубежный контроль	Подготовка и защита 3D-презентации на тему: «История моего бизнеса»	10	15	
Всего за семестр			40	70	
Промежуточный контроль (Экзамен)			20	30	
Семестровый рейтинг по дисциплине			60	100	

Модуль	логически завершенная часть дисциплины
Текущий контроль	самостоятельная работа обучающегося, посещаемость и активностьна занятиях
Рубежный контроль	проверка полноты знаний и умений по материалу модуля в целом
Промежуточный контроль	завершенная задокументированная часть учебной дисциплины – совокупность тесно связанных между собой модулей дисциплины.

Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине

«Креативное дизайн-мышление»

(оценочные средства)

Блок А (ЗНАТЬ)

А.1 Фонд тестовых заданий по дисциплине:

Модуль 1. Креативное дизайн-мышление и его этапы

1. Креативное дизайн-мышление представляет собой:
а) систему финансового анализа
б) человекоцентричный подход к решению проблем
в) способ бухгалтерского учета
г) метод контроля персонала

2. Главная цель дизайн-мышления заключается в:
а) сокращении затрат
б) удовлетворении потребностей пользователя
в) увеличении налоговых выплат
г) контроле производства

3. Первым этапом дизайн-мышления является:
а) тестирование
б) прототипирование
в) эмпатия
г) внедрение

4. На каком этапе происходит формулирование проблемы пользователя?
а) эмпатия
б) определение проблемы
в) тестирование
г) внедрение

5. Основой дизайн-мышления является:
а) производственный процесс
б) пользователь
в) финансовый отчет
г) маркетинговый бюджет

6. Человекоцентричный подход предполагает:
а) ориентацию на конкурентов
б) ориентацию на технологии
в) ориентацию на потребности человека
г) ориентацию на прибыль

7. Какой этап следует после определения проблемы?
а) тестирование
б) генерация идей
в) внедрение
г) аудит

8. Основной результат этапа эмпатии:
а) финансовый план
б) понимание потребностей пользователя
в) готовый продукт
г) отчет о продажах

9. Что такое инсайт пользователя?
а) бухгалтерский документ
б) скрытая потребность или мотив клиента
в) форма рекламы
г) способ оценки персонала

10. Дизайн-мышление активно применяется:
а) только в маркетинге
б) только в IT
в) в различных сферах деятельности
г) только в производстве

Модуль 2. Роль эмпатии в креативном дизайн-мышлении
11. Эмпатия означает:
а) контроль сотрудников
б) способность понимать чувства и потребности других людей
в) анализ прибыли
г) оценку рисков
12. К методам исследования пользователей относится:
а) интервью
б) бухгалтерский анализ
в) инвентаризация
г) аудит
13. Глубинное интервью используется для:
а) изучения скрытых потребностей пользователя
б) расчета себестоимости
в) оценки инвестиций
г) контроля персонала
14. Карта эмпатии позволяет:
а) изучить потребителя
б) рассчитать прибыль
в) оценить конкурентов
г) сформировать бюджет
15. Карта эмпатии содержит блок:
а) что думает и чувствует пользователь
б) бухгалтерский баланс
в) налоговые обязательства
г) производственные затраты
16. Customer Journey Map отображает:
а) организационную структуру
б) путь клиента
в) производственный цикл
г) финансовый поток
17. Портрет потребителя включает:
а) характеристики целевой аудитории
б) структуру предприятия
в) финансовые показатели
г) налоговую отчетность
18. Основная задача наблюдения как метода исследования:
а) выявление поведения пользователя
б) оценка затрат
в) разработка бюджета
г) проведение аудита
19. Пользовательская боль – это:
а) неудовлетворенная потребность
б) статья расходов
в) организационная проблема
г) ошибка в документации
20. Главный результат исследования пользователя:
а) понимание его потребностей
б) рост продаж
в) финансовый отчет
г) производственный план

Модуль 3. Управление творческим процессом на предприятии

21. Мозговой штурм применяется для:

а) генерации идей

б) расчета бюджета

в) контроля качества

г) оценки эффективности

22. Метод SCAMPER относится к:

а) методам генерации идей

б) финансовым инструментам

в) методам аудита

г) производственным технологиям

23. Метод «Шесть шляп мышления» разработал:

а) Майкл Портер

б) Эдвард де Боно

в) Филип Котлер

г) Генри Минцберг

24. Белая шляпа символизирует:

а) эмоции

б) факты и информацию

в) риски

г) творчество

25. Черная шляпа используется для:

а) поиска преимуществ

б) анализа рисков

в) генерации идей

г) управления проектом

26. Зеленая шляпа отвечает за:

а) креативность и новые идеи

б) контроль процесса

в) анализ фактов

г) оценку рисков

27. ТРИЗ расшифровывается как:

а) теория решения изобретательских задач

б) технология разработки инновационных знаний

в) типовая ресурсная информационная зона

г) теория рационального инвестирования затрат

28. Прототипирование представляет собой:

а) создание предварительной модели решения

б) финансовое планирование

в) аудит проекта

г) контроль качества

29. MVP означает:

а) минимально жизнеспособный продукт

б) максимальный валовый показатель

в) метод визуального проектирования

г) модель внутреннего процесса

30. Agile основан на:

а) жестком планировании

б) гибком управлении изменениями

в) административном контроле

г) вертикальном управлении.

Максимальная оценка – 15 баллов.

Блок В (УМЕТЬ)

В.1 Разработка портрета и истории потребителя

Цель работы: формирование навыков выявления потребностей пользователей и применения инструментов эмпатии при разработке инновационных решений.

Работа выполняется индивидуально либо в составе команды до 3 человек.

Этапы выполнения работы:

1. Выбор продукта либо услуги.
2. Определение целевой аудитории.
3. Проведение интервью с представителями целевой аудитории.
4. Выявление проблем и потребностей пользователей.
5. Составление портрета потребителя.
6. Подготовка истории пользователя.

Портрет потребителя должен содержать:

социально-демографические характеристики;

- цели;
- мотивацию;
- проблемы;
- ожидания;
- факторы принятия решений.

История пользователя оформляется по модели:

Я – ...
Хочу – ...
Чтобы – ...

Требования к оформлению:

- объем работы – 2-4 страницы;
- формат А4;
- Times New Roman 14;
- межстрочный интервал 1,5;
- наличие выводов.

Максимальная оценка – 14 баллов.

В.2. Защита презентации по карте эмпатии

Цель задания: формирование навыков анализа потребностей пользователя и визуализации результатов исследования.

Работа выполняется на основе ранее сформированного портрета потребителя.

Карта эмпатии должна содержать следующие блоки:

<u>Что видит?</u>

- окружение;
- рынок;
- альтернативные решения.

<u>Что слышит?</u>

- мнение друзей;
- влияние семьи;
- влияние экспертов.

<u>Что говорит и делает?</u>

- поведение пользователя;
- действия;
- привычки.

<u>Что думает и чувствует?</u>

- страхи;
- переживания;
- ожидания;
- желания.

Боли пользователя
- проблемы;
- барьеры;
- неудовлетворенные потребности.

Выгоды пользователя
- желаемый результат;
- критерии успеха.

Требования к презентации:
- 6–8 слайдов;
- единый стиль оформления;
- использование схем и инфографики;
- обязательные выводы.

Максимальная оценка – 10 баллов.

Блок С (ВЛАДЕТЬ)

С.1 Подготовка постера на тему: «Пример успешного применения дизайн-мышления в компании»

Цель работы: формирование навыков анализа реальных кейсов применения дизайн-мышления. Студент самостоятельно выбирает компанию либо организацию.

Структура постера:
- Общая характеристика компании.
- Исходная проблема.
- Исследование пользователей.
- Использование эмпатии.
- Генерация решений.
- Прототипирование.
- Тестирование решения.
- Полученные результаты.
- Выводы.

Требования:
- формат А1 либо А2;
- наличие графиков и изображений;
- использование корпоративного стиля;
- отсутствие орфографических ошибок.

Максимальная оценка – 8 баллов.

С 2. Защита презентации по генерации бизнес-идеи методом «Шесть шляп мышления»

Цель работы: формирование навыков комплексной оценки бизнес-идеи с использованием различных моделей мышления. Студент выбирает бизнес-идею самостоятельно.

Анализ выполняется через шесть ролей мышления:

- Белая шляпа: факты и информация
- Красная шляпа: эмоции и интуитивные оценки
- Черная шляпа: риски и ограничения
- Желтая шляпа: преимущества и возможности
- Зеленая шляпа: креативные решения и альтернативы

- Синяя шляпа: итоговое управление процессом анализа.

Требования

- 5-8 слайдов;
- визуализация выводов;
- использование примеров;
- защита не более 7 минут.

Максимальная оценка – 8 баллов.

С 3. Подготовка и защита 3D-презентации: «История моего бизнеса» является итоговым обобщающим заданием по дисциплине.

Работа выполняется индивидуально либо в группе до 4 человек.

Проект должен содержать:

- Описание бизнес-идеи.
- Анализ потребителя.
- Портрет клиента.
- Карту эмпатии.
- Анализ конкурентов.
- Генерацию решений.
- Прототип продукта.
- Бизнес-модель.
- Перспективы развития.
- Выводы.

Основные требования:

- инновационность;
- практическая реализуемость;
- использование инструментов дизайн-мышления;
- визуальная привлекательность;
- логика изложения.

Формат

- презентация 10–15 слайдов;
- защита до 10 минут;
- обязательные ответы на вопросы преподавателя.

Максимальная оценка – 15 баллов.

Блок D

Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации (экзамен) по дисциплине «Креативное дизайн-мышление»:

- *Вопросы для проверки уровня обученности ЗНАТЬ*

1. Понятие креативного дизайн-мышления.
2. Предпосылки возникновения и развития дизайн-мышления.
3. Основные принципы дизайн-мышления.
4. Человекоцентричный подход в дизайн-мышлении.
5. Основные этапы процесса дизайн-мышления.
6. Роль эмпатии в процессе разработки инновационных решений.
7. Методы исследования потребностей пользователей.
8. Метод глубинного интервью и особенности его проведения.
9. Метод наблюдения как инструмент изучения потребителей.

10. Пользовательский инсайт и его значение в процессе проектирования решений.
11. Карта эмпатии: понятие, структура и назначение.
12. Основные элементы карты эмпатии.
13. Customer Journey Map (карта пути клиента): назначение и этапы построения.
14. Формулирование проблемы пользователя (Problem Statement).
15. Разработка ценностного предложения (Value Proposition).
16. Генерация идей как этап дизайн-мышления.
17. Метод мозгового штурма и правила его проведения.
18. Метод SCAMPER как инструмент генерации идей.
19. Метод «Шесть шляп мышления» Эдварда де Боно.
20. Назначение и применение белой шляпы мышления.
21. Назначение и применение красной шляпы мышления.
22. Назначение и применение черной шляпы мышления.
23. Назначение и применение желтой шляпы мышления.
24. Назначение и применение зеленой шляпы мышления.
25. Назначение и применение синей шляпы мышления.
26. Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ): сущность и основные положения.
27. Понятие технического противоречия в ТРИЗ.
28. Понятие физического противоречия в ТРИЗ.
29. Идеальный конечный результат (ИКР) в ТРИЗ.
30. Прототипирование как этап дизайн-мышления.
31. Основные виды прототипов.
32. Минимально жизнеспособный продукт (MVP).
33. Тестирование решений и получение обратной связи от пользователей.
34. Значение обратной связи в процессе совершенствования продукта.
35. Концепция Agile и ее основные принципы.
36. Методология Scrum и особенности ее применения.
37. Методология Kanban и особенности визуального управления процессами.
38. Адаптивное управление проектами в условиях неопределенности.
39. Использование дизайн-мышления в предпринимательской деятельности.
40. Роль дизайн-мышления в инновационном развитии организации.

- *Задачи/задания для проверки уровня обученности УМЕТЬ и ВЛАДЕТЬ на основе конкретного примера:*

1. Проведите анализ потребностей целевой аудитории выбранного продукта (услуги) и определите ключевые проблемы пользователей.
2. Разработайте портрет потребителя для предложенного продукта (услуги), определив его социально-демографические характеристики, мотивацию, потребности и факторы принятия решений.
3. Составьте карту эмпатии для выбранного потребителя, выделив основные блоки: «Что видит?», «Что слышит?», «Что говорит и делает?», «Что думает и чувствует?», а также определите боли и выгоды пользователя.
4. Сформулируйте Problem Statement (формулировку проблемы пользователя) на основе результатов исследования потребностей клиента.
5. Разработайте Value Proposition (ценностное предложение), отражающее способ решения выявленной проблемы пользователя.
6. Сгенерируйте не менее пяти альтернативных решений выявленной проблемы с использованием метода мозгового штурма либо метода SCAMPER и обоснуйте выбор наиболее эффективного варианта.
7. Проведите анализ предложенной бизнес-идеи с использованием метода «Шесть шляп мышления», представив выводы по каждой роли мышления.
8. Используя инструменты ТРИЗ, выявите противоречие в предложенной ситуации и предложите вариант его устранения.
9. Разработайте прототип продукта (услуги), ориентированного на удовлетворение потребностей выбранного пользователя, и опишите сценарий его использования.

10. Подготовьте концепцию инновационного бизнес-проекта «История моего бизнеса», включающую описание целевой аудитории, выявленной проблемы, предлагаемого решения, элементов прототипа и ожидаемого результата.

Пример построения билета промежуточной аттестации (экзамен):

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ № _____

1. *Вопрос для проверки уровня обученности ЗНАТЬ*

Карта эмпатии: назначение, структура и особенности применения в дизайн-мышлении.

2. *Вопрос для проверки уровня обученности ЗНАТЬ*

Метод «Шесть шляп мышления» Эдварда де Боно и возможности его использования при разработке инновационных решений.

3. *Задание для проверки уровня обученности УМЕТЬ и ВЛАДЕТЬ*

Разработайте карту эмпатии для выбранного потребителя и предложите решение выявленной проблемы.

Раздел 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

1. Кейс-метод «Разработка портрета и истории потребителя»

Кейс-метод направлен на формирование у обучающихся навыков исследования потребителей, выявления их потребностей, мотивов поведения и факторов принятия решений. В процессе выполнения задания в рамках дисциплины «Креативное дизайн-мышление» студент должен провести анализ целевой аудитории, разработать портрет потребителя и сформулировать историю пользователя.

Максимальная оценка за выполнение задания составляет 14 баллов.

Шкала оценивания кейс-метода представлена ниже:

Критерий	**Вес критерия**	**Минимальный ответ - 0-59%**	**Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %**	**Законченный полный ответ - 70-84 %**	**Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %**	**Отметка (в %)**
объективность и всесторонность проведенного анализа ситуации	20	Нет понимания самой ситуации	Анализ ситуации проведен частично	Подготовлен достаточно объективный анализ ситуации, но некоторые моменты раскрыты не в полной мере	Проведен полный и объективный анализ предложенной ситуации	
обоснованность выводов и рекомендаций по итогам case-study	20	Задание по case-study выполнено не последовательно и не обоснованно	Неполная обоснованность выводов, нет рекомендаций по итогам case-study	Представленный анализ в case-study достаточно систематизирован и последователен	Все выводы в представленном анализе case-study обоснованы. Даны конкретные рекомендации по улучшению ситуации	
оптимальность решений, предложенных по кейсу	20	Решений по рассматриваему кейсу нет	Решения предложены частично	Предлагаемые решения выполнены, но без четкой аргументации	Творческое представление участниками case-study оптимальныхспособов решения	
качество подготовки и проведения презентации в формате PowerPoint по итогам кейса	20	Информационные технологии PowerPointне использованы	Представленная презентация по итогам кейса не систематизирована и не последовательна. Информационные технологии (PowerPoint) использованы частично	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Представленная резентация по итогам кейса выполнен определенной неточностью	Представленная резентация по итогам кейса выполнен широким использованием информационных технологий (PowerPoint). Материал представлен логически последовательно и аргументировано	

правильность ответов на вопросы в ходе дискуссии по кейсу	20	Нет ответов на вопросы	В ходе дискуссии по кейсу ответы олько на элементарные вопросы	Ответы на вопросы в ходе дискуссии по кейсу полные или частично полные.	Ответы полные с приведением конкретных вариантов решений по поставленному вопросу в кейсе	
Итоговая оценка (в %)						

2. Защита презентации по карте эмпатии, по генерации бизнес-идеи по методу «6 шляп» и защита 3D-презентации на тему: «История моего бизнеса»

В рамках данного задания по дисциплине «Креативное дизайн-мышление» предусмотрено выполнение трех презентаций: по карте эмпатии, по генерации бизнес-идеи по методу «6 шляп» и защита 3D-презентации на тему: «История моего бизнеса».

По карте эмпатии обучающийся демонстрирует умение применять инструменты дизайн-мышления для анализа поведения потребителей и визуализации результатов исследования. При оценивании учитываются полнота заполнения карты эмпатии, качество проведенного анализа, логичность выводов и уровень представления материала.

Максимальная оценка за выполнение задания составляет 10 баллов.

Задание по методу «6 шляп» позволяет оценить способность обучающегося применять метод Эдварда де Боно для анализа и генерации бизнес-идей. При оценивании учитываются полнота рассмотрения идеи через все шесть ролей мышления, аргументированность выводов, логичность структуры презентации и качество защиты.

Максимальная оценка за выполнение задания составляет 8 баллов.

3D-презентация является итоговым комплексным заданием по дисциплине и направлена на проверку сформированности знаний, умений и навыков в области креативного дизайн-мышления. При оценивании учитываются оригинальность бизнес-идеи, качество проведенного исследования потребителей, применение инструментов дизайн-мышления, визуализация проекта и качество его защиты.

Максимальная оценка за выполнение задания составляет 15 баллов.

Шкала оценивания презентаций по карте эмпатии, по методу «6 шляп» и по истории бизнеса представлена ниже:

Критерий	**Вес критерия**	**Минимальный ответ - 0-59%**	**Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %**	**Законченный полный ответ - 70-84 %**	**Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %**	**Отметка (в %)**
Соответствие презентации выбранной теме или проблематике	40	Презентация не соответствует выбранной теме или проблематике	Презентация не в полной мере соответствует выбранной теме или проблематике	Презентация соответствует выбранной теме или проблематике	Презентация соответствует выбранной теме или проблематике и содержит элементы анализа, сделанного лично студентом	

Полнота раскрытия задания на презентацию	20	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или обоснованы.	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы сделаны.	
Структурированность слайдов и логичность изложения	20	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2-х профессиональных терминов.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов.	
Грамотность и наглядность оформления слайдов	10	Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы информационные технологии (PowerPoint) частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более 2-х ошибок в представляемой информации	Широко использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представленной информации	
Соответствие выступления (защиты презентации) принятым правилам	10	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные или частично полные.	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Итоговая оценка (в %)						

3. Подготовка постера на тему «Пример успешного применения дизайн-мышления в компании»

Подготовка постера по дисциплине «Креативное дизайн-мышление» направлена на развитие навыков анализа практических кейсов применения дизайн-мышления и визуального представления информации. При оценивании учитываются содержание работы, корректность анализа этапов дизайн-мышления, качество визуализации и обоснованность выводов.

Максимальная оценка за выполнение задания составляет 8 баллов.

Шкала оценивания постера представлена ниже:

Критерий	**Вес критерия**	**Минимальный ответ - 0-59%**	**Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %**		**Законченный полный ответ - 70-84 %**	**Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %**	**Отметка (в %)**
Цели и задачи исследовательской работы	**20**	Цели и задачи исследовательской работы не достигнуты. Проблема не раскрыта.	Цели и задачи исследовательской работы не достигнуты в полной мере. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сде-		Цели и задачи исследовательской работы достигнуты. Проблема раскрыта. Выводы сделаны, но не обоснованы	Цели и задачи исследовательской работы достигнуты. Постер содержит элементы анализа, сделанного лично студентом	

			ланы или выводы не обоснованы				
Описание алгоритма проведенного исследования	20	Нет описания алгоритма проведенного исследования	Описание алгоритма проведенного исследования есть, но проведено не корректно		Есть стандартное описание алгоритма проведенного исследования	Описание алгоритма проведенного исследования проведено корректно и с творческим подходом. Выводы сделаны.	
Методы, используемые в ходе исследовательской деятельности	20	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и не последовательна.		Представляемая информация систематизирована и последовательна. Не все выводы сделаны или обоснованы. Ответы на вопросы полные или частично полные. Есть текстовое описание использованных методов исследования	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Методы исследования представлены в графическом или иллюстративном виде, с использованием различных видов диаграмм.	
Основные выводы и результаты	20	Нет новизны и оригинальности. Отсутствуют выводы	Представляемая информация не систематизирована и не последовательна. Только ответы на элементарные вопросы		Представляемая информация систематизирована и последовательна. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Есть творческий подход	
Соблюдение основных правил визуального построения постера	20	Нет соответствия основным правилам построения постера	Не обеспечена наглядность предоставления информации		Обеспечена наглядность предоставления информации. Правильно соотнесены текстовые и иллюстративные составляющие постера.	Обеспечена наглядность предоставления информации. Правильно соотнесены текстовые и иллюстративные составляющие постера, удачно использованы	

						цветовые сочетания.	
	Итоговая оценка (в %)						

4. ***В рамках дисциплины «Креативное дизайн-мышление» предполагается написание теста*** по итогам изучения курса и направлено на проверку уровня усвоения теоретических знаний обучающихся. Тест включает задания закрытого типа с одним правильным ответом. Количество вопросов в одном варианте теста – 30. Время выполнения – 30 минут.
   Шкала оценивания теста представлена ниже:

Правильные ответы, %	**Количество правильных ответов**	**Оценка**
85–100 %	26–30	Отлично
70–84 %	21–25	Хорошо
60–69 %	18–20	Удовлетворительно
0–59 %	0–17	Неудовлетворительно

Максимальная оценка за тестирование –15 баллов

- **Промежуточная аттестация (экзамен)**

В экзаменационный билет включено два теоретических вопроса и практическое задание, соответствующие содержанию формируемых компетенций. Экзамен проводится в устной форме. На ответ и решение задачи студенту отводится 25 минут. За ответ на теоретические вопросы студент может получить максимально 15 баллов, за решение задачи 15 баллов. По итогам выставляется дифференцированная оценка с учетом шкалы оценивания:

Уровень освоения компетенции	**Вес, %**	**Баллы†**
оценка уровня обученности «знать»	50	15
оценка уровня обученности «уметь» и «владеть»	50	15
Итого	**100**	**30**

В рамках промежуточной аттестации студент отвечает на два вопроса на проверку уровня обученности ЗНАТЬ и выполняет одно практическое задание на проверку уровня обученности УМЕТЬ и ВЛАДЕТЬ.

При оценке устных ответов на проверку уровня обученности ЗНАТЬ учитываются следующие критерии:

1. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.
2. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.
3. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.
4. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.

Отметкой 13-15 баллов оцениваются два устных ответа, которые показывают прочные знания студента по основным понятиям теории управления финансов на предприятии, сущности финансового механизма и способам его воздействия на финансы предприятия, методам и теориям финансового менеджмента, а также принципам и приемам управления финансовыми потоками; сущности, видам и методам управления финансовыми рисками; основам управления активами предприятия; анализу и оценке эффективности инвестиционного проекта компании.

Отметкой 10,5-12,9 баллов оцениваются два устных ответа, которые показывают хорошие знания студента по основным понятиям теории управления финансов на предприятии, сущности финансового механизма и способам его воздействия на финансы предприятия, методам и теориям финансового менеджмента, а также принципам и приемам управления финансовыми потоками; сущности, видам и методам управления финансовыми рисками; основам управления активами предприятия; но студент не проявляет понимание технологий и процедур оценки эффективности инвестиционного проекта компании.

Отметкой 9,0-10,4 баллов оцениваются два устных ответа, при которых студент проявляет недостаточные знания по основным понятиям, методам, теориям, а также принципам финансового менеджмента; разбирается в общих аспектах сущности, видов и методов управления финансовыми рисками, студент слабо осведомлен о технологиях и процедурах управления активами предприятия и не знает основ оценки эффективности инвестиционного проекта компании.

Отметкой 0-8,9 баллов оцениваются ответы, при которых студент проявляет очень слабые знания по основным понятиям; не знает сущности, видов и методов управления финансовыми рисками и основ оценки эффективности инвестиционного проекта компании.

---

† количество баллов рассчитано по процентным уровням, принятым по балльно-рейтинговой шкале оценки знаний в КРСУ, при условии, что оценка за экзамен (зачет) в рейтинге по дисциплине равна 30 баллам

Раздел 5. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины / практики и выполнению контрольных заданий

Для выполнения контрольных мероприятий настоятельно рекомендуется использовать: Хасанова Л.В., Беликова Н.В., Рахманалиева А.А. и др. Организация самостоятельной работы студентов: учебно- методическое пособие – Б.: КРСУ, 2014.

1. ***Кейс-метод «Разработка портрета и истории потребителя» по дисциплине «Креативное дизайн-мышление»***

Данное задание предназначено для формирования у обучающихся практических навыков анализа целевой аудитории и понимания потребностей потребителя.
Выполнение задания позволяет обучающимся научиться смотреть на продукт или услугу с точки зрения пользователя, выявлять его проблемы, ожидания и мотивацию, а также использовать полученные данные для разработки обоснованных решений.

Задание направлено на развитие креативного мышления, умения работать с информацией, формулировать выводы и применять инструменты дизайн-мышления при решении практических задач, приближённых к реальным условиям профессиональной деятельности.

Цель задания:
Формирование у обучающихся навыков разработки портрета потребителя и пользовательской истории как основы для создания и улучшения продуктов и услуг.

Исходные условия:
Преподаватель предлагает обучающимся выбрать продукт или услугу (товар, сервис, мероприятие, онлайн-платформу и т.п.).
Задание может выполняться индивидуально или в малых группах.

Порядок выполнения задания:
Шаг 1. Анализ продукта или услуги. Кратко опишите предложенный продукт или услугу: для кого он предназначен, какую основную задачу решает.

Шаг 2. Определение целевой аудитории. Определите основную группу потребителей и укажите: возраст, род занятий, образ жизни, основные потребности.

Шаг 3. Разработка портрета потребителя. Составьте портрет одного типичного потребителя, указав: условное имя, цель использования продукта, основную проблему или потребность, ожидания от продукта или услуги.

Шаг 4. Составление истории потребителя
Оформите пользовательскую историю по шаблону:

«Я _____, хочу _____, чтобы _____».

Шаг 5. Выводы:
1. Сформулируйте ключевую потребность потребителя.
2. Кратко опишите, каким образом продукт или услуга помогает решить выявленную проблему.

Форма выполнения:
- письменная работа объёмом до 1–1,5 страницы;
- допускается оформление в виде таблицы или схемы;
- возможно устное представление результатов.

Критерии оценки выполнения задания:
- корректно определена целевая аудитория;
- логично и последовательно составлен портрет потребителя;
- пользовательская история соответствует заданному шаблону;
- выводы отражают понимание потребностей потребителя.

В результате выполнения задания обучающийся демонстрирует способность:

- анализировать потребности потребителя;
- разрабатывать портрет и историю потребителя;
- применять элементы дизайн-мышления при решении практических задач.

Проработка кейс метода оценивается в 14 баллов, исходя из шкалы оценивания, разработанной кафедрой менеджмента КРСУ (см. ПРИЛОЖЕНИЕ 1).

Оценка снижается за неполноту и неточность ответа; несоблюдение требований к оформлению работы и сроков предоставления работы на проверку.

2. Защита презентации по карте эмпатии и по генерации бизнес-идеи по методу «6 шляп»

Подготовка презентации по карте Эмпатии направлена на формирование навыков исследования потребителей, выявления их потребностей, мотивов поведения и факторов принятия решений с использованием инструментов дизайн-мышления. В процессе выполнения задания обучающимся необходимо определить целевого потребителя выбранного продукта или услуги, провести анализ его поведения и заполнить основные блоки карты Эмпатии: «Что видит?», «Что слышит?», «Что думает и чувствует?», «Что говорит и делает?», а также определить основные боли и ожидаемые выгоды потребителя. Результаты исследования оформляются в виде презентации объемом 6–8 слайдов и представляются в ходе публичной защиты. При оценивании учитываются полнота и корректность заполнения карты Эмпатии, обоснованность выводов, качество визуального оформления презентации, логичность представления материала и способность аргументированно отвечать на вопросы.

Подготовка и защита презентации по карте Эмпатии оценивается максимально в 10 баллов в соответствии с технологической картой дисциплины.

Подготовка и защита презентации по генерации бизнес-идеи по методу «Шесть шляп мышления». Данное задание направлено на развитие креативного мышления, навыков анализа и оценки альтернативных решений, а также способности рассматривать бизнес-идею с различных точек зрения. Обучающемуся необходимо разработать или выбрать бизнес-идею и провести её анализ с использованием метода Эдварда де Боно «Шесть шляп мышления». В презентации должны быть отражены фактические данные и информация о проекте (белая шляпа), эмоциональные реакции и интуитивные оценки (красная шляпа), возможные риски и ограничения (черная шляпа), преимущества и перспективы развития идеи (желтая шляпа), альтернативные решения и креативные предложения (зеленая шляпа), а также итоговые выводы и рекомендации (синяя шляпа). Результаты оформляются в виде презентации и представляются в ходе защиты. При оценивании учитываются полнота анализа по всем шести позициям, логичность выводов, качество аргументации, уровень креативности предлагаемых решений, оформление презентации и качество публичного выступления.

Подготовка и защита презентации по генерации бизнес-идеи по методу «Шесть шляп мышления» оценивается максимально в 8 баллов.

Подготовка и защита 3D-презентации на тему «История моего бизнеса». 3D-презентация «История моего бизнеса» является итоговым комплексным заданием по дисциплине и направлена на оценку сформированности знаний, умений и навыков в области креативного дизайн-мышления. В рамках выполнения задания обучающемуся необходимо разработать собственную бизнес-идею, провести анализ целевой аудитории, определить потребности потребителей, применить инструменты дизайн-мышления для поиска решений и представить концепцию будущего бизнеса в формате визуальной презентации. Проект должен содержать описание бизнес-идеи, характеристику потребителя, результаты применения карты Эмпатии,

элементы генерации идей, описание предлагаемого продукта или услуги, варианты прототипирования и перспективы дальнейшего развития проекта. В ходе защиты обучающийся должен обосновать актуальность выбранной идеи, продемонстрировать применение инструментов дизайн-мышления и ответить на вопросы преподавателя. При оценивании учитываются оригинальность и практическая значимость бизнес-идеи, качество анализа потребителей, использование инструментов дизайн-мышления, логика построения проекта, качество визуализации и уровень защиты.

Подготовка и защита 3D-презентации на тему «История моего бизнеса» оценивается максимально в 15 баллов согласно технологической карте дисциплины.

3. Подготовка постера на тему «Пример успешного применения дизайн-мышления в компании»

Цель оценочного задания: оценка сформированности у обучающегося навыков анализа практических примеров применения дизайн-мышления и визуального представления информации.

Обучающемуся необходимо выбрать компанию и подготовить постер, отражающий применение инструментов дизайн-мышления при решении конкретной задачи.

Особенности выполнения задания:

- задание выполняется индивидуально;
- обучающийся самостоятельно анализирует выбранный кейс;
- ответственность за содержание и оформление работы несет один обучающийся.

Порядок выполнения задания:

1. Выбор компании. Выберите компанию или проект, в котором применялось дизайн-мышление.
2. Анализ кейса. Определите проблему, использованные инструменты дизайн-мышления и полученный результат.
3. Подготовка постера. Отразите основные этапы дизайн-мышления и результаты их применения.

Требования к результату выполнения:

- формат постера A1 или A2 (печатный или электронный);
- логичная структура и визуальная наглядность;
- наличие выводов.

Форма представления результата

- постер (PDF или печатный вариант);
- устная защита 3–5 минут.

Подготовка постера на тему «Пример успешного применения дизайн-мышления в компании» оценивается в 8 баллов, исходя из шкалы оценивания, разработанной кафедрой менеджмента КРСУ (см. Приложение 1). Оценка снижается за неполноту и неточность ответа, несоблюдение требований к оформлению работы и сроков предоставления работы на проверку.