

ВИЗУАЛНИ ИЗСЛЕДВАНИЯ

ИЗДАНИЕ НА ФАКУЛТЕТ ПО ИЗОБРАЗИТЕЛНО ИЗКУСТВО
ПРИ ВТУ „СВ. СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЙ“

БРОЙ 2/2019

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение към: **Емилия Константинова**. Метода на Дублинската група за
изграждане на бизнес модел на арторганизацията

Supplements to: **Emiliya Konstantinova**. Doblin Group Method for Building
the Business Model of the Arts Organization

Схема 1.

Модел на приходи	Мрежа	Структура	Процес	Продуктово представяне	Продуктова система	Услуга	Канал	Бранд	Потребителски ангажимент
КОНФИГУРАЦИЯ				ПРЕДЛОЖЕНИЕ		ПРЕЖИВЯВАНЕ			
Модел на приходи - пътят, по който организацията получава доходи				Продуктово представяне – отличителна характеристика и функционалност		Допълнителни услуги /поддръжка/ - подобрения, които подкрепят предложението на организацията			
Мрежа – партньорства с други организации за създаване на стойност				Продуктова система – включване на допълнителни продукти и услуги		Канал – начина на доставка на основното предложение до потребителите, които стават като клубни членове на организацията			
Структура – подреждане на организационно управленската структура за добра комуникация между екипи и разпределение на ресурсите						Бранд – представяне на продукта и бранда			
Процес – използване на метод за съкращаване на времето за представяне на нов продукт						Потребителски ангажимент – отличителни взаимодействия, които подкрепят продукта на арторганизацията			

Схема 2.

Модел на Приходи	Мрежа	Структура	Процес	Продуктово представяне	Продуктова система	Услуга	Канал	Бранд	Потребителски ангажи-мент
		1	2	3				4	5
КОНФИГУРАЦИЯ				ПРЕДЛОЖЕНИЕ		ПРЕЖИВЯВАНЕ			
<p>Модел на приходи - пътят, по който организацията получава доходи</p> <p>Мрежа – партньорства с други организации за създаване на стойност</p>				<p>3.Продуктово представяне – отличителна характеристика и функционалност</p>		<p>Допълнителни услуги /поддръжка/ - подобрения, които подкрепят предложението на организацията</p>			
<p>1.Структура – подреждане на организационно управленската структура за добра комуникация между екипи и разпределение на ресурсите</p>				<p>Продуктова система – включване на допълнителни продукти и услуги</p>		<p>Канал – начина на доставка на основното предложение до потребителите, които стават като клубни членове на организацията</p>			
<p>2.Процес – използване на метод за съкращаване на времето за представяне на нов продукт</p>						<p>4.Бранд – представяне на продукта и бранда</p>			
						<p>5.Потребителски ангажимент – отличителни взаимодействия, които подкрепят продукта на организацията.</p>			



Снимка личен архив. Визия на графит от с. Старо Железаре