

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Поведение потребителей

Код модуля
1161951(1)

Модуль
Основы маркетинговой деятельности

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Котляревская Ирина Васильевна	доктор экономических наук, профессор	Заведующий кафедрой	маркетинга
2	Одинцова Наталья Федоровна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	маркетинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- Котляревская Ирина Васильевна, Заведующий кафедрой, маркетинга
- Одинцова Наталья Федоровна, Старший преподаватель, маркетинга

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Поведение потребителей

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Экзамен	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Поведение потребителей

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-2 -Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	З-1 - Знать способы и средства сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем П-1 - Владеть навыками сбора, обработки и анализа данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

	У-1 - Самостоятельно осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно- аналитических систем	
--	---	--

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	5,14	50
<i>академическая активность</i>	5,1	50
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	5,14	50
<i>работа на занятиях</i>	5,1	50
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям–нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах

Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.

Другие результаты	<p>Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов.</p> <p>Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения.</p> <p>Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.</p>
-------------------	---

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Поведение потребителей как прикладная область научных знаний
2. Культура общества как основной фактор макровлияния на потребительское поведение
3. Социальная стратификация общества, социальные классы.
4. Группы и групповые коммуникации
5. Семья и домохозяйство
6. Процесс обработки информации потребителем
7. Обучение потребителя
8. Мотивация потребителя
9. Личность и персональные ценности
10. Стиль жизни и ресурсы потребителей
11. Осведомленность потребителя
12. Отношение потребителя
13. Модели потребительского поведения
14. Факторы ситуационного влияния на процесс принятия решения о покупке
15. Характеристика процесса принятия потребителем решения о покупке
16. Организационные покупатели
17. Консюмеризм: понятие, история возникновения

Примерные задания

Написание и защита доклада по одной из тем практических занятий

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. Внешние и внутренние факторы влияния на потребительское поведение

Примерные задания

Дайте обоснованный ответ на вопросы согласно своему варианту.

1. Покажите влияние внутренних факторов на поведение потребителей при покупке цветов.
2. Покажите влияние внутренних факторов ситуации на поведение потребителей при покупке домашнего кинотеатра.
3. Определите типы и формы влияния референтных групп, влияющих на выбор повседневной одежды. Определите, кто в этой ситуации является лидером мнений и как их мотивировать.
4. Покажите влияние культуры и типа личности на поведение потребителей.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Стиль жизни и ресурсы потребителей

Примерные задания

1. Покажите влияние факторов внешнего и внутреннего влияния (на выбор) на поведение потребителей при покупке товара на выбор. Используйте при анализе качественные и количественные методы маркетинговых исследований.

2. Проведите маркетинговое исследование отношения потребителей к предприятию или бренду (на выбор). Используйте при анализе модель Фишбейна и метод идеальной точки.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Предмет, цель и основные понятия «Поведения потребителей»

2. Развитие науки о поведении потребителей: историческая ретроспектива

3. Принципы понимания поведения потребителей

4. Характеристика основных методов изучения потребительского поведения

5. Характеристика социологической теории поведения

6. Психологические теории поведения: психоанализ, бихевиоризм

7. Психологические теории поведения: когнитивная, гуманистическая, гештальт-психология

8. Экономические теории поведения

9. Сегментирование рынка: понятия, этапы сегментирования

10. Критерии сегментирования и методы выявления рыночных сегментов

11. Культура общества как основной фактор внешнего воздействия на поведение потребителей

12. Субкультура. Характеристика культурных ценностей, относящихся к потребительскому поведению

13. Социальная стратификация общества: понятие, критерии, признаки социального класса. Показатель статуса Колемана

14. Малые группы: типология группы, характеристика группового влияния

15. Характеристика передачи информации «из уст в уста»

16. Инновации. Классификация инноваций. Процесс принятия решения об инновациях (модель Роджерса)

17. Характеристика отношения к инновациям. Типология отношения людей к инновациям

18. Домохозяйства. Семейные факторы, оказывающие влияние на потребительское поведение

19. Характеристика этапов жизненных циклов семьи

20. Характеристика семейных покупательных ролей. Потребительское поведение детей.
- Социализация потребителя
21. Внутренние факторы поведения потребителей (краткая характеристика)
22. Внешние факторы поведения потребителей (краткая характеристика)
23. Восприятие потребителя и этапы обработки информации
24. Запоминание и внимание потребителей
25. Характеристика факторов, определяющих степень решения потребительских проблем
26. Характеристика процесса принятия решения потребителем и степень вовлеченности
27. Характеристика модели Фишбейна и Айзена.
28. Теория запланированного поведения
29. Теория инструментального поведения
30. Теории обучения потребителей (краткая характеристика)
31. Мотивация потребителей. Способы влияния на потребительское поведение
32. Теории мотивации (А. Маслоу, К. Альдерфера).
33. Теории мотивации (МакКлелланда, Ф. Герцберга)
34. Характеристика личностных факторов потребительского поведения
35. Характеристика персональных ценностей. Шкала ценностей Шварца, Рокича
36. Психография. Характеристика потребительского поведения (VALS).
37. Модель LOV. Модель глобальных жизненных стилей
38. Особенности личности потребителей, чувствительных к манипулятивному воздействию
39. Знание потребителя
40. Характеристика факторов ситуационного влияния
41. Отношение потребителя, его компоненты
42. Измерение и изменение отношения потребителя
43. Характеристика процесса принятия потребителем решения и покупке
44. Осознание потребителем потребности в товаре и информационный поиск
45. Оценка и выбор потребителем покупательского решения
46. Покупка как основное потребительское решение. Методы стимулирования потребительского поведения
47. Характеристика поведения покупателя после покупки
48. Консьюмеризм. Способы защиты потребителей
49. Законодательная защита потребителей
50. Сущность и факторы покупательского поведения организаций
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией	Технология самостоятельной работы	ПК-2	П-1	Домашняя работа Контрольная работа

	для использования в практических целях				Экзамен
--	---	--	--	--	---------