



Утверждаю

Ректор

**ЧЕРКЕС-ЗАДЕ Е. В.**

«01» МАРТА 2023 г.

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ по дисциплине

### Поведение потребителя

Уровень высшего образования:	<b>Бакалавриат</b>
Направление подготовки:	<b>38.03.02 Менеджмент</b>
Направленность (профиль) подготовки:	<b>Менеджмент и маркетинг в креативных индустриях</b>
Квалификация (степень):	<b>Бакалавр</b>
Форма обучения:	<b>Очная</b>
Срок освоения по данной программе:	<b>4 года</b>

## 1. Формы и оценочные материалы текущего контроля успеваемости, и промежуточной аттестации

В процессе и по завершению изучения дисциплины оценивается формирование у студентов следующих компетенций:

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать	Уметь	Иметь практический опыт
ПК-2 Способен подготовить решения по управлению проектом в сфере креативных индустрий	ИПК-2.1. Осуществляет сбор, анализ информации и подготовку предложений по инициированию и планированию проекта в сфере креативных индустрий	-управленческие и поведенческие теории в объеме, необходимом для успешной профессиональной деятельности; -основные подходы к пониманию поведения потребителей и динамику их развития; -основные методы и инструменты стратегического анализа, в том числе качественные и количественные методы исследования потребителей, анализа потребностей, мотивации целевых сегментов	-анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять закономерности изменения социально-экономических показателей; -выбирать инструментальные средства для обработки информации в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы	-работы в команде; -анализа статистических данных, расчетов, результатов исследований для разработки решений, необходимых для инициирования и планирования проекта в сфере креативных индустрий.

### 1.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости осуществляется путем оценки результатов выполнения заданий практических (семинарских), самостоятельной работы, предусмотренных учебным планом и посещения занятий/ активность на занятиях.

В качестве оценочных средств текущего контроля успеваемости предусмотрены:

- Дискуссии по теме
- Эссе
- Групповые работы

## **Тема 1. Поведение потребителя: развитие подходов к пониманию поведения потребителей**

Практическое занятие представляет собой дискуссию по изученной теме на основе, подготовленных студентами мини-докладов. Выступление студента по времени не должно занимать более 5 минут и должно содержать анализ различных точек зрения ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области исследования потребительского поведения.

Примерные вопросы для дискуссии по теме:

- Фундаментальные принципы поведения потребителей.
- Значение бихевиоризма в становлении науки о поведении потребителя

## **Тема 2. Методология изучения потребительского поведения.**

Практическое занятие представляет собой дискуссию по изученной теме на основе, подготовленных студентами мини-докладов. Выступление студента по времени не должно занимать более 5 минут и должно содержать анализ различных точек зрения ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области исследования потребительского поведения.

Примерные вопросы для дискуссии по теме:

- Понятие потребления. Основные характеристики процесса потребления.
- Особенности различных подходов к анализу потребления.
- Познавательные ограничения потребителя и маркетинговые способы их использования.
- Факторы внешней среды, влияющие на изменение подходов к анализу потребительского поведения

## **Тема 3. Консьюмеризм, этика и социальная политика.**

Практическое занятие начнется с дискуссии по изученной теме на основе, подготовленных студентами мини-докладов. Выступление студента по времени не должно занимать более 5 минут и должно содержать анализ различных точек зрения ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области исследования потребительского поведения. Вторая половина занятия будет посвящена подготовке письменного эссе на тему: “Актуальные проблемы защиты прав потребителей”

Примерные вопросы для дискуссии по теме:

- Раскройте понятие консьюмеризм, основные этапы его становления.
- Глобальная перспектива консьюмеризма.

## **Тема 4. Психология поведения потребителей.**

Практическое занятие представляет собой дискуссию по изученной теме на основе, подготовленных студентами мини-докладов. Выступление студента по времени не должно занимать более 5 минут и должно содержать анализ различных точек зрения ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области исследования потребительского поведения.

Примерные вопросы для обсуждения по теме:

-Перечислите факторы, оказывающие влияние на сфокусированность внимания потребителя: стимульные, индивидуальные, ситуационные.

-Приведите, примеры из деятельности российских и зарубежных компаний, по применению различных приемов, повышающих эффективность внимания.

-Подсознательное внушение и защита восприятия. Приведите примеры использования технология подсознательного внушения. Выскажите свое мнение об эффективности/неэффективности данной технологии, обоснуйте его.

-Перечислите основные положения гештальт-концепции к восприятию. Приведите, примеры использования основных положений гештальт-концепции в маркетинговой деятельности российских и зарубежных производителей.

### **Тема 5. Обучение. Маркетинговые применения теорий познания**

Практическое занятие представляет собой дискуссию по изученной теме на основе, подготовленных студентами мини-докладов. Выступление студента по времени не должно занимать более 5 минут и должно содержать анализ различных точек зрения ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области исследования потребительского поведения.

Примерные вопросы для обсуждения по теме:

-Раскройте сущность понятия «обучение потребителя». Выделите характеристики обучения.

-На основе заданий покажите особенности применения теорий обучения в управлении потребительским поведением.

-Охарактеризуйте методы усиления запоминаемости стимулов на примере рекламных кампаний российских производителей.

### **Тема 6. Использование мотивационных исследований в маркетинге**

Практическое занятие представляет собой групповую работу студентов. Обучающимся необходимо разделиться на небольшие группы (до 3 человек) и совместно выполнить следующие практические задания:

-выявите ведущие потребности потребителя, опираясь на любую из предложенных теорий мотивации;

-используя классификацию архетипов пользователей Интернет, разработайте стратегию продвижения в Интернет нового товара для одного архетипа.

-зафиксируйте результат в документе формата .doc и отправьте преподавателю.

### **Тема 7. Эмпирические аспекты потребления. Эмоции и их влияние на поведение потребителя**

Практическое занятие начнется с дискуссии на тему: “Ограничения существующих типологизаций эмоций” на основе, подготовленных студентами

мини-докладов. Вторая половина занятия будет посвящена подготовке письменного эссе на тему: “Социальный характер эмоций”

### **Тема 8. Потребительские установки**

Практическое занятие представляет собой дискуссию по изученной теме на основе, подготовленных студентами мини-докладов. Выступление студента по времени не должно занимать более 5 минут и должно содержать анализ различных точек зрения ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области исследования потребительского поведения.

Примерные вопросы для обсуждения по теме:

-Охарактеризуйте понятие установка, определите ее структуру. Выделите и объясните характеристики установки.

-Определите факторы, влияющие на изменение установок. Изменение установок: эффект угасания установки, программа Novland-Yale по изучению коммуникации и убеждения, теория установление баланса, вероятностная модель убеждения.

Выполнение каждого группового задания оценивается по 10-ти балльной системе в соответствии со следующими критериями:

- Высшая оценка в 10 баллов выставляется при отличном выполнении задания, включающим не только ответы на вопросы, но и дополнительный к лекционному материал по заданному вопросу.
- Оценка в 8-9 баллов выставляется при наличии правильных ответов на вопросы, включающим полный лекционный материал.
- Оценка в 6-7 баллов выставляется при наличии ярко выраженных неточностей в ответах на вопросы (относящихся к сути решения).
- Оценка в 5 баллов выставляется в случаях, когда в ответах имеются ошибки, свидетельствующие о недостаточном понимании вопросов и требующие дополнительного обращения к тематическим материалам.
- Оценка в 4 балла выставляется при наличии серьезных ошибок и пробелов в знаниях по контролируемой тематике.
- Оценка в 3 балла выставляется при наличии лишь отдельных положительных моментов в представленной работе.
- Оценка в 1-2 балла выставляется при полном отсутствии положительных моментов в представленной работе.

Критерии выставления оценок за участие в дискуссиях:

5 баллов выставляется студенту, если он активен, умеет отстаивать свою точку

зрения, выделяет проблему в дискуссии, четко аргументирует свой ответ.

4 балла           выставляется студенту, если он активен, умеет отстаивать свою точку зрения, четко выделяет проблему в дискуссии. Знает теоретические основы обсуждаемой проблемы. Но допускает незначительные ошибки при определении понятий. Ошибки при обозначении достоинств и недостатков в определении «проблемного поля».

3-2 баллов       выставляется студенту, если он недостаточно активен в дискуссии, допускает неточности при анализе теоретических основ проблемы, допускает ошибки при описании теорий управления, затрудняется при изложении достоинств и недостатков «проблемного поля».

1-0 баллов       выставляется студенту, который пассивен в дискуссии, допускает существенные ошибки, полностью игнорирует задание.

Критерии оценки эссе:

5 баллов - выставляется студенту, который полно раскрывает рассматриваемые вопросы, приводя соответствующие примеры; используемые понятия строго соответствуют теме; студент грамотно применяет категории анализа; умело использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений, способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению; если студент проводит качественный анализ информации, с высоким диапазоном используемого информационного пространства, обоснованно интерпретирует текстовую информацию, дает личную оценку проблеме; демонстрирует ясность и четкость изложения, логику структурирования доказательств; приводит различные точки зрения и их личную оценку; работа отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат, выполнена с соблюдением лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка;

4 балла - выставляется студенту, который раскрывает рассматриваемые вопросы, приводя соответствующие примеры; используемые понятия соответствуют теме; студент применяет категории анализа; использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений, способен объяснить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему и прийти к сбалансированному заключению; если студент проводит качественный анализ информации, с достаточным диапазоном используемого информационного пространства, обоснованно интерпретирует текстовую информацию, дает необоснованную личную оценку проблеме; демонстрирует четкость изложения, логику структурирования доказательств; приводит однотипные точки зрения и их личную оценку; работа отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат, выполнена с соблюдением лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка;

3 балла - выставляется студенту, который недостаточно полно раскрывает вопросы эссе, приводя примеры, не в полной мере соответствующие предмету

исследования; применяет категории анализа; использует приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений, способен изложить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему; если студент проводит качественный анализ информации, с недостаточным диапазоном используемого информационного пространства, обоснованно интерпретирует имеющуюся текстовую информацию, дает личную оценку проблеме; демонстрирует четкость изложения, логику структурирования доказательств; приводит однотипные точки зрения и их личную оценку; работа не отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат, выполнена с соблюдением лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка;

2-0 баллов - выставляется студенту, который недостаточно полно раскрывает вопросы эссе, не применяет категории анализа; не способен изложить альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему; проводит качественный анализ информации, с недостаточным диапазоном используемого информационного пространства, необоснованно интерпретирует имеющуюся текстовую информацию, дает необоснованную личную оценку проблеме; демонстрирует хаотичность изложения, отсутствие логики в структурировании доказательств; работа не отвечает основным требованиям к оформлению и использованию цитат, выполнена с нарушением лексических, фразеологических, грамматических и стилистических норм русского литературного языка.

## **1.2. Промежуточная аттестация**

Промежуточная аттестация осуществляется в форме Экзамена.

В качестве средств, используемых на промежуточной аттестации, предусматривается:

- Экзаменационные билеты.

## **1.3. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации**

1. Экономическая модель поведения потребителя: характеристики.
2. Познавательные ограничения потребителя: стереотипы, объединение потерь, компенсация незначительной части потерь большим доходом, выделение маленьких доходов из больших потерь и т.д. Маркетинговые способы их использования.
3. Современные методы изучения потребителей: возможности и ограничения.
4. Понятие потребительский опыт. Способы использования потребительского опыта.
5. Кастомизация продуктов: типы, факторы, от которых зависит глубина кастомизации. Факторы, от которых зависит эффективность кастомизации.
6. Сущность культуры и ее элементы. Понятие «потребительская культура».
7. Модель и механизм формирования потребительской культуры.
8. Потребительская социализация: понятие, виды, методы, инструменты воздействия. Особенности потребительской социализация Net (Igeneration): новые возможности для российских и глобальных брендов.

9. Социальный класс и социальный статус. Объективное и субъективное измерение социального класса.

10. Методики социальной стратификации и их применение в современном маркетинге.

11. Референтные группы: определения, типы и формы влияния.

12. Понятие влиятельного (референтного) лица (лидера мнений). Методы исследования влиятельных лиц: социометрический, экспертный, самооценки, цифровой след. Технологии создания референтных лиц.

13. Потребительская установка: понятие, структура.

14. Факторы, влияющие на изменение установок. Маркетинговые коммуникации как средство формирования и изменения установок.

15. Мотивация потребителя: классификация потребностей и ведущих мотивов потребления.

16. Архетипы: понятие, виды, способы выявления и методы использования в управлении потребителем.

17. Определение эмоций, взаимосвязь эмоций с понятиями аффект, гедонизм, настроение. Социальный характер эмоций.

18. Методы измерения эмоций: достоинства/недостатки, применимость в маркетинговой практике.

19. Воспоминания потребителя: виды, процесс сохранения и воспроизведения, факторы, влияющие на воспроизведение воспоминаний. Ложные воспоминания. Прямой и обратный фрейминг как технологии управления воспоминаниями потребителей.

20. Персональные ценности потребителя. Измерение персональных ценностей.

21. Концепция жизненного стиля. Методы описания жизненного стиля. Психография.

22. Процесс принятия потребительских решений: сущность, этапы факторы влияния.

23. Послепокупочное поведение потребителя. Послепокупочный диссонанс: методы выявления послепокупочного диссонанса, способы преодоления.

24. Ситуационные факторы в процессе принятия решения. Характеристика типов ситуации: коммуникационная ситуация, ситуации покупки и ее использования.

25. Теоретические подходы к определению и классификации потребительской лояльности.

26. Программа лояльности: определение, цели, типы, оценка эффективности.

27. Развитие институтов потребления: эффективные технологии удержания потребителей в местах продаж.

28. Консьюмеризм как организованное движение граждан и государственных органов за расширение прав и влияния покупателей в отношении продавцов: цели и задачи, особенности на различных этапах развития. Глобальная перспектива консьюмеризма.



## 2. Критерии оценки по дисциплине

Итоговая оценка студента по дисциплине (максимум 100 баллов) складывается из работы по данной дисциплине (текущий контроль успеваемости, максимум 60 баллов) и промежуточной аттестации (максимум 40 баллов).

Описание работ	Максимальное количество баллов
Выполнение форм текущего контроля успеваемости:	
Дискуссии по теме	5
Эссе (3)	15
Групповая работа (4)	40
<b>Итого текущий контроль:</b>	<b>60</b>
<b>Промежуточная аттестация: экзамен</b>	<b>40</b>
<b>Итого по всем формам контроля:</b>	<b>100</b>

Шкала соответствия оценок промежуточной аттестации (при проведении экзамена)

5-балльная система	Рейтинговая оценка	Европейская оценка
«Отлично»	80–100	A
«Хорошо»	70–79	B
	60–69	C
«Удовлетворительно»	50–59	D
	40–49	E
«Неудовлетворительно»	Менее 40	F

Соответствие оценок балльно-рейтинговой системы Университета европейскому стандарту:

100 балльная оценка	Европейская шкала оценки	Определение
80–100	A	<b>«Отлично»</b> — теоретическое содержание курса освоено <b>полностью</b> , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, <b>все</b> предусмотренные программой обучения учебные задания <b>выполнены</b> , качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам отлично или очень хорошо, задания выполнены без ошибок, представленная работа содержит оригинальное (или инновационное) решение либо исполнение задания или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта.
70–79	B	<b>«Очень хорошо»</b> — теоретическое содержание курса освоено <b>полностью</b> , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, <b>все</b> предусмотренные программой обучения учебные задания <b>выполнены</b> , качество выполнения <b>большинства</b> из них оценено по критериям задания как очень хорошо или отлично.
60–69	C	<b>«Хорошо»</b> — теоретическое содержание курса освоено <b>полностью</b> , без пробелов, <b>некоторые</b> практические навыки работы с освоенным материалом сформированы <b>недостаточно</b> , <b>все</b> предусмотренные программой обучения учебные задания <b>выполнены</b> , качество

		выполнения <b>большинства заданий соответствует по всем критериям задания оценкам хорошо или выше</b> , некоторые виды заданий выполнены <b>с незначительными ошибками</b> .
<b>50–59</b>	<b><i>D</i></b>	<b>«Удовлетворительно»</b> — теоретическое содержание курса освоено <b>частично</b> , но пробелы <b>не носят существенного</b> характера, <b>необходимые</b> практические навыки работы с освоенным материалом в <b>основном</b> сформированы, <b>большинство</b> предусмотренных программой обучения учебных заданий <b>выполнены</b> , <b>некоторые</b> из выполненных заданий, возможно, содержат <b>ошибки</b> . <b>Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, возможно, некоторые из них на минимально достаточном уровне</b> .
<b>40–49</b>	<b><i>E</i></b>	<b>«Посредственно»</b> — теоретическое содержание курса освоено <b>частично</b> , некоторые или все практические навыки работы сформированы <b>на начальном уровне</b> , <b>некоторые</b> предусмотренные программой обучения учебные задания <b>не выполнены</b> , либо качество выполнения соответствует <b>минимальному достаточному (зачетному) баллу</b> , предложенные решения или исполнение содержат <b>ошибки</b> . <b>Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, все или некоторые из них на минимально достаточном уровне</b> .
<b>80–100</b>	<b><i>A</i></b>	<b>«Отлично»</b> — теоретическое содержание курса освоено <b>полностью</b> , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, <b>все</b> предусмотренные программой обучения учебные задания <b>выполнены</b> , качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам <b>отлично или очень хорошо</b> , задания выполнены <b>без ошибок</b> , представленная работа содержит <b>оригинальное (или инновационное) решение</b> либо исполнение задания или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта.

Кафедра \_\_\_\_\_

Дисциплина \_\_\_\_\_

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № \_\_\_\_\_

1. ....

2. ....

3. ....

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_