

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
Поведение потребителей

**Код модуля**  
1157855(1)

**Модуль**  
Экономика и маркетинг гостиничного  
предприятия

**Екатеринбург**

Оценочные материалы составлены автором(ами):

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия, имя, отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Нархова Елена Николаевна	кандидат социологических наук, доцент	Доцент	управления в сфере физической культуры и спорта

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

С.А. Иванченко

**Авторы:**

- Нархова Елена Николаевна, Доцент, управления в сфере физической культуры и спорта

**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	Зачет	
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
ОПК-5 -Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного	Д-1 - Проявлять целеустремленность, ответственность, стремление к выстраиванию партнерского взаимодействия З-1 - Изложить основные принципы и формы внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения профессиональных задач П-2 - Решать поставленные задачи, относящиеся к области профессиональной деятельности, опираясь на принципы и используя	Домашняя работа Зачет Контрольная работа

решения профессиональных задач	различные формы межведомственного взаимодействия и социального партнерства У-2 - Обосновать целесообразность выбора форм межведомственного взаимодействия и социального партнерства для решения профессиональных задач с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов	
ПК-1 -Способен управлять ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	З-3 - Составлять список источников необходимой информации для ее анализа П-2 - Прогнозировать перспективы организации в условиях изменений рынка У-1 - Интерпретировать и анализировать актуальные данные рынка для эффективного управления гостиничным предприятием	Зачет Практические/семинарские занятия
ПК-2 -Способен взаимодействовать с потребителями и заинтересованными сторонам	З-1 - Идентифицировать значимые коммуникационные сигналы, поступающие от потребителей З-3 - Соотносить ценности аудитории и гостиничной организации для установления взаимосвязей П-1 - Разрабатывать модели взаимодействия с целевыми аудиториями У-1 - Решать конфликты внутри и вне организации	Зачет Лекции

### **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>домашняя работа</i>	8,6	50
<i>конспект лекций</i>	8,8	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – зачет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5</b>		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	8,14	50
<i>активная работа</i>	8,17	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1</b>		
<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям–</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– не предусмотрено</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено</b>		
<b>Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено</b>		

### 3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
---	---------------------------------	------------------------------

<b>Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено</b>		
<b>Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено</b>		

#### **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**

<b>Результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам</b>
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	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

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**

<b>Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)</b>			
<b>№ п/п</b>	<b>Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное)</b>	<b>Шкала оценивания</b>	
		<b>Традиционная характеристика уровня</b>	<b>Качественная характеристика уровня</b>

	<b>задание)</b>			
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 но (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. Кросс-культурные факторы поведения потребителей. Вопросы для изучения: Глобализация рынков. Социальные институты общества: экономические, политические, правовые, культурные, технологические и др. Межкультурные факторы поведения потребителей.

2. Методы изучения поведения потребителей. Вопросы для изучения: психографика. История и ее основы. Личностный профиль поребителя. Психографические системы исследования потребителей. Категории ДИМ (деятельность – интересы – мнения). Методики VALS, LOV

3. Модели потребительского поведения. Вопросы для изучения: культура потребления и потребительская культура. Типология культуры потребления: гедонистическая, гуманистическая, аскетическая. Классические и современные модели потребительского поведения.

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. Потребление как объект изучения
2. Общество потребления

Примерные задания

Контрольная работа (вариант 1).

Составить описание следующих теоретических конструктов потребления.

Социокультурные и исторические предпосылки.

Экономические, психологические и социологические концепции поведения потребителей.

Неоклассические экономические теории: маржинализм, кардинализм, ординализм.

Контрольная работа (вариант 2).

Составить описание следующих теоретических конструктов потребления:

Типы экономических культур. Homo economics и Homo consumens. Капиталистический дух и протестантская этика М. Вебера. Концепция роскоши и В. Зомбарта, теория праздного класса Т. Веблена, функционализма Х. Лебенстайна. Теории общества массового потребления (Дж. Гелбрейт, А. Турен, Ж. Бодрийяр, Э. Фромм, Г. Маркузе)

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2.2. Домашняя работа**

Примерный перечень тем

1. Субъективные факторы поведения потребителей
2. Процесс принятия решения потребителем

Примерные задания

Домашняя работа (вариант 1).

Составить описание следующих теоретических подходов и проанализировать их практическое применения в конкретной области гостиничной деятельности:

Культура, субкультура. Социальный статус и роль. Психографические факторы.

Типология личности. Мировоззренческие установки и ценностные ориентации.

Когнитивные характеристики. Содержательные теории мотивации.

Домашняя работа (вариант 2)

Проанализировать этапы процесса принятия решения о покупке:

Осознание потребности.

Информационный поиск.

Оценка и выбор альтернатив.

Ситуационные факторы влияния.

Когнитивный диссонанс в процессе принятия решения.

LMS-платформа – не предусмотрена

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

### **5.3.1. Зачет**

#### Список примерных вопросов

1. 1. Культура потребления в системе культуры 2. Потребительское поведение как объект изучения экономики 3. Типология культуры потребления 4. Факторы формирования культуры потребления 5. Модели потребительского поведения 6. Анализ потребительского рынка 7. Сегментирование и позиционирование 8. Процесс принятия потребительского решения и его факторы 9. Факторы глобализации рынков 10. Факторы внешнего влияния на потребительское поведение 11. Влияние цифровизации на поведение потребителей 12. Особенности кросс-культурных и глобальных маркетинговых стратегий: потребительский аспект 13. Капиталистический дух и протестантская этика М. Вебера 14. Концепция роскоши В. Зомбарта 15. Теория праздного класса Т. Веблена 16. Теории общества массового потребления (Дж. Гелбрейт, А. Турен, Ж. Бодрийяр, Э. Фромм, Г. Маркузе) 17. Общество массового потребления: сущность, основные характеристики 18. Современные концепции феномена потребления 19. Методы изучения потребительского поведения. 20. Группы влияния на потребительское поведение 21. Социальный статус потребителей 22. Модели процессов персонального влияния; глобальные коммуникации в процессах потребления 23. Внутренние факторы поведения потребителей: ортодоксальная и кросс-культурная психология 24. Мотивы поведения потребителей, их виды и использование 25. Жизненный стиль потребителей, его модели и их использование в маркетинговых решениях 26. Ресурсы потребителей и их маркетинговое значение 27. Послепокупочная оценка альтернатив; пути сохранения потребителей 28. Консьюмеризм – источники и глобальные перспективы. Права потребителей.

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	предпринимательская деятельность	Технология повышения коммуникативной компетентности	ПК-2	3-3	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия