

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Поведение потребителей

Код модуля
1163904(1)

Модуль
Технологии работы с клиентами

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Бочкарева Елена Сергеевна	кандидат исторических наук, без ученого звания	Доцент	истории России
2	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

Авторы:

- Бочкарева Елена Сергеевна, Доцент, истории России
- Булатова Анастасия Васильевна, Доцент, культурологии и дизайна

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Поведение потребителей

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	2	
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 предьявление 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-1 -Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов	Д-1 - Проявлять внимательность и усердие в поиске и применении теоретического знания З-1 - Характеризовать основные методологические и теоретические подходы, позволяющие объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной области П-1 - Самостоятельно, опираясь на теоретические и методологические подходы, составить на основе критериев научных знаний характеристики явлений и процессов для решения задач в	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

	<p>своей профессиональной области.</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять основные характеристики явлений и процессов на основе критериев научных знаний, используя основные теоретические и методологические подходы в своей профессиональной области</p> <p>У-2 - Определять теоретические и методологические подходы для обоснованного объяснения природы, явлений и процессов в своей профессиональной области</p>	
<p>ПК-8 -Способен к работе в контактной зоне с потребителем консультированию, согласованию вида, формы и объема процесса сервиса</p>	<p>Д-1 - Способность адаптироваться и работать с различными ситуациями, отдельными лицами и группами. Быть в состоянии быстро думать и не останавливаться перед неожиданностью</p> <p>Д-2 - Демонстрирует логическое и толерантное мышление, умение убеждать и достигать поставленных целей</p> <p>З-2 - Основные потребности и психофизиологические возможности, типологии потребителей, типологии поведения потребителей</p> <p>П-3 - Применять технологии работы с клиентами в «контактной зоне» как сфере реализации сервисной деятельности</p> <p>У-1 - Проводить оценку психических, физиологических особенностей потребителей</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Зачет</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p>
<p>ПК-9 -Способен к диверсификации сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными</p>	<p>З-2 - Психологические особенности и методы психодиагностики, типологии потребителей, типологии поведения потребителей</p> <p>П-1 - Владеть навыками управления взаимодействием представителей различных</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Зачет</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p>

традициями и психологическими особенностями потребителя в процессе сервисной деятельности	культур процессе оказания услуг У-3 - Выбирать и использовать методики проведения исследований социально-психологических особенностей потребителя с учетом этнокультурной и региональной специфики	
---	---	--

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>	3,8	70
<i>Конспект лекций</i>	3,10	30
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
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>	3,14	30
<i>работа на занятии</i>	3,16	70
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: становление, цели и задачи дисциплины
2. Потребители, их поведение и маркетинг.
3. Процесс принятия решения потребителем.
4. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей.
5. Внутренние факторы поведения потребителей.
6. Поведение делового потребителя: организации и общество.

Примерные задания

Тема: Внутренние факторы поведения потребителей.

Занятие посвящено психологическим аспектам поведения потребителя: процесса восприятия и обработки информации для принятия решения о покупке, процесс обучения потребителя, мотивация, личность, эмоции, жизненный стиль.

На семинаре каждый участник должен быть готов к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументированно.

Выполняемые на семинарских занятиях задания служат иллюстрацией теоретического материала, изученного студентом на лекциях и самостоятельно, и носят воспроизводящий характер, выявляя качество понимания студентами теории.

С другой стороны, практические занятия представляют собой образцы ситуационных задач и примеров, разобранных в аудитории.

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. Выделить и описать логические этапы процесса принятия решения о покупке для определенного товара, покупку которого осуществили недавно.
2. Оценка содержания конкретного рекламного ролика через описание рекламируемого продукта по основным потребительским параметрам.
3. Разбор кейса

Примерные задания

Тема: Выделить и описать логические этапы процесса принятия решения о покупке для определенного товара, покупку которого осуществили недавно.

Используя теоретические знания, полученные на лекциях и в рамках самостоятельного изучения материала, а также личный опыт потребительского поведения, необходимо привести ситуационные примеры и разобрать их в рамках предложенного в контрольном задании алгоритма.

Описать пять этапов принятия решения о покупке: осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.

Проанализировать собственное покупательское поведение. Как меняется поведение при покупке товаров и услуг, разных групп.

Сделать выводы.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Понятие «потребность», «нужда», «мотив». Основные теории (классификации) потребностей.

2. Бонусы и скидки. В чём различия? Преимущества бонусной системы поощрения лояльных клиентов. Виды бонусных программ.

3. Воронка продаж: что это такое, как она работает, для чего используется в организациях, какую информацию можно из неё получить?

4. Social media marketing. Что такое социальные сети, и как их использовать в продвижение продукта?

5. Влияние культуры социального класса и этнической принадлежности на потребительское поведение.

6. Типы потребителей и покупателей

7. Принципы и приемы критики. Критическое мышление как неотъемлемая часть потребительского поведения.

8. Работа с возражениями потребителей.

9. Эволюция роли и значения семьи в современном обществе. Изменение социальных ролей мужчины и женщины в семье в контексте потребительского поведения.

10. Реклама как инструмент влияния на поведение потребителей.

11. Жизненный стиль потребителей, его модели и их использование в маркетинговых решениях.

12. Лица, влияющие на мнения: характеристика, мотивация влияния, использование в маркетинге. Лидеры мнений

13. Бренд как фактор влияния на поведение потребителя. Брендинг.

14. Социально-половая сегментация рынка. Физический и социальный пол. Борьба за равенство полов в стиле потребления

15. Роль родителей в социальном конструировании потребительского поведения.

16. Как мотивировать российского потребителя.

17. Группы потребителей на российском рынке. Особенности разделения на социальные классы в России.

18. Внутримагазинные способы управления поведением потребителей. Мерчандайзинг, его назначение, приемы и способы.

19. Влияние культуры на структуру потребления российского общества в целом.

Российские ценности: их воздействие на поведение потребителей.

20. Концепции стиля жизни и способы его измерения.

Примерные задания

Студенты могут подготовить сообщение по самостоятельно сформулированной теме, предварительно согласовав ее с преподавателем. На аудиторных занятиях, в соответствии с общей логикой и структурой дисциплины, студенты представляют результаты своей

работы в форме презентации. Система оценки домашней работы включает оценку содержания работы, ее презентационного оформления и защиту.

Тема: Жизненный стиль потребителей, его модели и их использование в маркетинговых решениях.

Примерный план:

Жизненный стиль: концепции.

Модели описания жизненного стиля потребителей (AIO, VALS и VALS-2).

Экономические ресурсы потребителей

Временные ресурсы потребителей

Познавательные ресурсы потребителей

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Влияние мотивации на потребительское поведение.
 2. Послепокупочный диссонанс. Суть, причины возникновения. Действия маркетолога.
 3. Перечислите и охарактеризуйте этапы процесса обработки информации.
 4. Влияние референтных групп на поведение потребителей.
 5. Сегментация рынка – суть, цель, типология. Агрегирование рынка.
 6. Стратегии формирования лояльности и удержания клиента.
 7. Перечислите и охарактеризуйте факторы внутреннего влияния на поведение потребителей.
 8. Ситуация покупки – определение, характеристика.
 9. Влияние социализации на сферу потребления.
 10. Импульсивная покупка – суть, характеристика.
 11. Домохозяйство. Сущность и роль в анализе поведения потребителей.
 12. Задачи маркетолога на этапе осознания проблемы в процессе принятия потребительского решения.
 13. Перечислите и охарактеризуйте основные этапы маркетинга любого продукта/услуги и их представления на рынке.
 14. Теория самоконцепции.
 15. Этапы процесса потребительского решения.
 16. Перечислите и охарактеризуйте факторы внешнего влияния на поведение потребителей.
 17. Охарактеризуйте концепцию жизненного стиля.
 18. Роль обучения в формировании потребительского поведения.
 19. Перечислите и охарактеризуйте способы разрешения конфликта индивида с чужой окружающей средой.
 20. Перечислите и охарактеризуйте типы мотивационных конфликтов.
 21. Перечислите и охарактеризуйте основные этапы маркетинга любого продукта/услуги и их представления на рынке.
- 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
Воспитание навыков жизнедеятельности в условиях глобальных вызовов и неопределенностей	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Тренинг диагностического мышления	ПК-9	3-2	Практические/семинарские занятия