

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ушвицкий Лев Исакович
Должность: и.о. директора Института экономики и управления
Дата подписания: 28.05.2026 11:41:51
Уникальный программный идентификатор:
46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
экономики и управления,
доктор экономических
наук, профессор
Ушвицкий Л.И.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Потребительский рынок и моделирование поведения покупателей»

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Год начала обучения
Форма обучения
Реализуется

38.04.02 Менеджмент
Стратегический менеджмент и маркетинг
2026
Очная
3 семестр

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств по дисциплине «Потребительский рынок и моделирование поведения покупателей» предназначен для контроля достижения обучающимися требуемых компетенций посредством оценивания полученных ими результатов обучения, соответствующих индикаторам достижения компетенций образовательной программы высшего образования «Стратегический менеджмент и маркетинг» по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент.
2. ФОС является приложением к рабочей программе дисциплины «Потребительский рынок и моделирование поведения покупателей»
3. Разработчик: Година О.В., доцент кафедры менеджмента
4. Проведена экспертиза ФОС.
Члены экспертной группы:

Председатель Куш Е.Н. - председатель УМК института экономики и управления.

Члены комиссии:

Пучкова Е. Е. - член УМК института экономики и управления, и.о. замдиректора по учебной работе;

Максименко Л.С. - член УМК института экономики и управления, профессор кафедры менеджмента

Представитель организации-работодателя: Кривко Владимир Иванович - директор ООО «Орфей»

Экспертное заключение:

фонд оценочных средств по дисциплине «Потребительский рынок и моделирование поведения покупателей» рекомендуется для оценки результатов обучения и уровня сформированности компетенций у обучающихся образовательной программы высшего образования «Стратегический менеджмент и маркетинг» по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент .

«19» мая 2026 г.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция(ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенции(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворит ельно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворите льно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: ПК-3 – Способен разрабатывать и реализовывать комплекс маркетинга, интегрировать маркетинговые технологии управления в деятельность организации в цифровой бизнес-среде</i>				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): применяя знания о потребительском рынке, принципах, этике и проблемах изучения покупательского поведения, определяет и оценивает внешние и внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей в среде выбора, строит прогноз спроса и модель принятия решений о покупке, использует релевантные подходы к параметрам выбора и к измерению лояльности потребителя, определяет возможности для улучшения среды выбора и разрабатывает меры по привлечению новых потребителей. <i>Индикатор:</i> ИД-2. ПК-3.	отсутствие или слабое понимание сущности потребительского рынка, принципов, этики и проблем изучения покупательского поведения, не способен определить и оценить внешние и внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей в среде выбора, построить прогноз спроса и модель принятия решений о покупке, не использует релевантные подходы к параметрам выбора и к измерению лояльности потребителя, не определяет возможности для улучшения среды выбора и разрабатывает меры по привлечению новых потребителей.	Бессистемно использует знания о потребительском рынке, принципах, этике и проблемах изучения покупательского поведения, испытывает трудности при определении и оценке внешних и внутренних факторов, влияющих на поведение потребителей в среде выбора, построении прогноза спроса и модели принятия решений о покупке	в достаточно полной мере знания о потребительском рынке, принципах, этике и проблемах изучения покупательского поведения, определяет и оценивает внешние и внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей в среде выбора, строит прогноз спроса и модель принятия решений о покупке, использует некоторые релевантные подходы к параметрам выбора и к измерению лояльности потребителя, испытывает трудности при определении возможности для улучшения среды выбора.	самостоятельно выбирает и использует знания о потребительском рынке, принципах, этике и проблемах изучения покупательского поведения, определяет и оценивает внешние и внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей в среде выбора, строит прогноз спроса и модель принятия решений о покупке, использует расширенный перечень релевантных подходов к параметрам выбора и к измерению лояльности потребителя, успешно определяет возможности для улучшения среды выбора и разрабатывает комплекс мер по привлечению новых потребителей.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание оценочного средства	Компетенция
1	в	Поведение потребителей — это: а) покупка товаров, идей, услуг; б) процесс решения о покупке: осознание проблемы, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка; в) деятельность, составляющая обретение, потребление продуктов и избавление от них, включая процессы решений, предшествующие этой деятельности и следующие за ней; г) покупка товаров и их использование индивидуумами и организациями; д) потребление товаров.	ПК-3
2	д	Общая модель потребительского поведения включает: а) внешние, или социальные, факторы поведения потребителей: культура нации/страны, социальный класс, субкультура, референтные группы, домохозяйство; б) внутренние, или психологические, факторы потребительского поведения: восприятие, обучение, память, мотивация, личность, эмоции, персональные ценности, жизненный стиль, знание и отношение; в) процесс решения потребителя о покупке и его жизненный стиль; г) комплекс маркетинга, жизненный стиль и процесс решения о покупке; д) а), б) и в).	ПК-3
3	б	Процесс решения потребителя о покупке включает следующую последовательность этапов: а) информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка; б) осознание проблемы, информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, использование, послепокупочные процессы; в) информационный поиск, оценка и выбор альтернатив, покупка, послепокупочные процессы, осознание проблемы; г) покупка, послепокупочные процессы, информационный поиск, осознание проблемы, оценка и выбор альтернатив.	ПК-3
4	г	Потребитель выбирает компьютер на основе ранжирования критериев по значимости самую лучшую марку по наиболее значимым критериям. Какое правило решения он использует: а) совместное правило решения; б) раздельное правило решения; в) элиминирование по аспектам; г) лексиграфическое правило решения; д) компенсационное правило решения.	ПК-3

Номер задания	Правильный ответ	Содержание оценочного средства	Компетенция
1.		Понятие потребительского рынка и его характеристики.	ПК-3
2.		Сущность и необходимость изучения потребительского поведения.	ПК-3
3.		Особенности поведения потребителей в российских условиях хозяйствования.	ПК-3
4.		Зарубежная практика изучения поведения потребителей. Теория потребительского поведения Д. Энджела, Р. Блэкуэлла, П. Бурдые .	ПК-3
5.		Модель потребительского поведения Д. Хокинса.	ПК-3
6.		Методы исследования поведения потребителя: опрос.	ПК-3
7.		Методы исследования поведения потребителя: фокус-группа.	ПК-3
8.		Внешние факторы влияющие на поведение потребителя.	ПК-3
9.		Культура, как фактор потребительского поведения.	ПК-3
10.		Влияние социальной роли и статуса на поведение потребителей.	ПК-3
11.		Влияние семьи и домашнего хозяйства на поведение потребителей.	ПК-3
12.		Влияние референтных групп на поведение потребителей.	ПК-3
13.		Внутренние факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей.	ПК-3
14.		Обработка информации и восприятие.	ПК-3
15.		Мотивация, личность и эмоции.	ПК-3
16.		Личностные ценности и жизненный стиль.	ПК-3
17.		Особенности поведения потребителей в различных рынках.	ПК-3
18.		Подходы к изучению поведения потребителей.	ПК-3
19.		Методы исследования поведения потребителя: методы проецирования.	ПК-3
20.		Методы исследования поведения потребителя: наблюдение.	ПК-3
21.		Методы исследования поведения потребителя: шкала ценностей Рокича.	ПК-3
22.		Методы исследования поведения потребителя: метод VALS (ценности и стиль жизни).	ПК-3
23.		Методы исследования поведения потребителя: этнографические наблюдения.	ПК-3
24.		Методы исследования поведения потребителя: семантический дифференциал.	ПК-3
25.		Методы исследования поведения потребителя: экспертные оценки.	ПК-3

2. Описание шкал оценивания

Результаты обучения по дисциплине «Потребительский рынок и моделирование поведения покупателей», соотнесенные с индикаторами достижения компетенции ПК-3 оцениваются по пятибалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры – в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

3. Критерии выставления оценок

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами при ответе на практикоориентированные вопросы, принимает правильные управленческие решения, владеет навыками и приемами решения практических задач, выполняет тестовые задания на 100 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-3 достигнуты на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами ответов на них, правильно применяет теоретические положения при решении практических задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, выполняет тестовые задания на 70 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-3 достигнуты на хорошем уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на вопросы и при выполнении практических заданий и решении кейс-задач, выполняет тестовые задания на 50 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-3 достигнуты на базовом уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на вопросы, допускает существенные ошибки при решении заданий практического уровня, выполняет тестовые задания на 49 процентов и ниже. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-3 не достигнуты.