

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Экономический институт
Кафедра товароведения и экспертизы товаров



УТВЕРЖДАЮ:

Директор Экономического института

Е.С. Тхор

(подпись)

» 02 2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

По направлению подготовки 38.03.07 Товароведение

Профиль подготовки: «Товароведение и экспертиза товаров во внутренней и внешней торговле»

Разработчик:

Старший преподаватель


(подпись)

Болдырева М.С.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры товароведения и экспертизы товаров от «05» 02 2025 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой
товароведения и
экспертизы товаров


(подпись)

Попова Я.А.

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Поведение потребителей»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

Выберите один правильный ответ

1. Совокупность расположенных в вертикальном порядке социальных слоёв, в частности, бедных, зажиточных, богатых – это:

- А) аккультурация
- Б) социальная стратификация
- В) социализация
- Г) кросс-культурная стратегия

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

2. Свойство внимания потребителя, характеризующееся состоянием, при котором осуществляется поиск и выбор субъектом (покупателем) определенного объекта (товара) и проявляется его готовность к действию (приобретению товара) – это

- А) направленность внимания
- Б) сосредоточенность внимания
- В) устойчивость внимания
- Г) переключаемость внимания

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

3. Что такое контекстная реклама?

- А) графическая реклама на сайтах
- Б) освещение деятельности компании в авторитетных СМИ
- В) продвижение сайта на первые места в поисковых системах по эффективным, продающим запросам
- Г) интернет-реклама, которая показывается в поисковых системах и на сайтах

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

4. Процесс выявления групп потребителей, имеющих одинаковые вкусы и предпочтения – это:

- А) стратификация потребителей
- Б) исследование потребителей
- В) сегментация потребителей

Г) анкетирование потребителей

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

Задания закрытого типа на установление соответствия

Установите правильное соответствие.

Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

1. Установите соответствие типов потребителей и их поведенческих стратегий

Поведенческая стратегия	Тип потребителя
1) Приобретают товар исключительно для своего личного пользования	А) Домашнее хозяйство
2) Решения о покупке принимаются либо супругами совместно, либо главой семьи	Б) Индивидуальный потребитель
3) Осуществляют закупки не для потребления, а для последующей перепродажи	В) Снабженцы
4) Принимают решения о закупке товаров промышленного назначения	Г) Посредники

Правильный ответ: 1-Б; 2-А; 3-Г; 4-В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

2. Установите соответствие свойств внимания потребителей и их характеристик.

Характеристика	Свойство внимания
1) Количество информации, способной одновременно сохраняться в сфере повышенного внимания (сознания) человека	А) Направленность внимания
2) Состояние, при котором осуществляется поиск и выбор субъектом (покупателем) определенного объекта (товара) и проявляется его готовность к действию (приобретению товара). Это то состояние, когда покупатель способен воспринимать товар при наличии незначительного объема информации и других раздражителей	Б) Объем внимания
3) Проявляется в способности в течение длительного времени сохранять состояние внимания на каком-либо объекте (например, торговом прилавке, витрине), не отвлекаясь и не ослабляя внимание	В) Распределение внимания
4) Способность параллельно выполнять несколько видов деятельности или совершать несколько	Г) Устойчивость внимания

различных действий

Правильный ответ: 1-Б; 2-А; 3-Г; 4-В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

3. Установите соответствие прав потребителей и их характеристик.

Характеристика	Права потребителей
1) Потребители могут объединяться в общественные организации для коллективной защиты своих прав и интересов	А) Право на безопасность товаров и услуг
2) Потребители имеют право на получение достоверной и полной информации о товарах и услугах, включая цены, условия продажи, сроки гарантии и другие существенные данные	Б) Право на выбор
3) Продавцы и производители обязаны предоставлять безопасные товары и услуги. Потребители имеют право на информацию о возможных рисках и мерах по их предотвращению	В) Право на информацию
4) Потребители имеют право на выбор из разнообразия товаров и услуг на рынке, а также на информацию о свойствах и характеристиках товаров	Г) Право на защиту интересов
5) Потребители имеют право обращаться в органы государственного контроля и защиты прав потребителей в случае нарушения их прав	Д) Право на коллективную защиту

Правильный ответ: 1-Д; 2-В; 3-А; 4-Б; 5-Г

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

Установите правильную последовательность.

Запишите правильную последовательность букв слева направо.

1. Установите правильную последовательность процесса принятия решения покупателем:

- А) оценка вариантов
- Б) решение о покупке
- В) осознание проблемы
- Г) поиск информации
- Д) реакция на покупку

Правильный ответ: В, Г, А, Б, Д

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

2. Установите правильную последовательность познавательной реакции потребителя:

А) квалифицированная известность

Б) отождествление

В) воспринимаемое сходство

Г) спонтанная известность

Д) узнавание

Е) запоминание

Правильный ответ: Г, А, Д, Б, Е, В

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

Напишите пропущенное слово (словосочетание).

1. Комплекс, включающий знание, вероисповедание, искусство, право, мораль, обычаи и любые другие способности и привычки, приобретаемые человеком как членом общества – это _____.

Правильный ответ: культура

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

2. _____ группы – это группы, которые являются прямыми (при непосредственном общении) или косвенными объектами для сравнения или примерами для подражания при формировании взглядов или поведения отдельного человека.

Правильный ответ: референтные

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

3. Право потребителя на _____ подразумевает, что при покупке товаров потребители имеют право на бесплатное гарантийное обслуживание в соответствии с условиями гарантийного обязательства.

Правильный ответ: гарантийное обслуживание

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

4. Междисциплинарная социальная наука, которая сочетает в себе элементы психологии, социологии, социальной антропологии, этнографии, маркетинга и экономики – это _____.

Правильный ответ: поведение потребителей

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

Напишите пропущенное слово (словосочетание).

1. Экономическим детерминантом социального класса является _____.

Правильный ответ: профессия / доход / собственность

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

2. Индивидуальным (персональным) фактором влияния на потребителя является _____.

Правильный ответ: мотивы / потребности / психотипы / предубеждения и ожидания / уровень адаптации к раздражителю

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

3. Лояльность покупателя формируется с помощью _____.

Правильный ответ: доверия / осведомленности / оценки

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

4. Термин, определяющий вид информационного и экономического взаимодействия, классифицированного по типу взаимодействующих субъектов, в данном случае это юридические лица, которые работают не на конечного рядового потребителя, а на такие же компании, то есть на другой бизнес – это _____.

Правильный ответ: бизнес для бизнеса / B2B

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Укажите, какие единичные факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей, относятся к следующим группам:

- 1) Социальные факторы.
- 2) Психологические факторы.
- 3) Личностные факторы.
- 4) Культурные факторы.
- 5) Экономические факторы.

Время выполнения: 20 мин.

Ожидаемый результат:

- 1) Социальные факторы: семья, потребительские группы, социальные роли и статусы.
- 2) Психологические факторы: взгляды и мнения потребителей, их мотивация, восприятие и усвоение.
- 3) Личностные факторы: пол, возраст, этап жизненного цикла, род занятий, стиль жизни, самооценка, особенности характера, вкусы и интересы.

4) Культурные факторы: нормы и правила поведения, которые были заложены в человека ещё при его рождении, во время обучения.

5) Экономические факторы: политика и экономика страны, где проживает потребитель, влияют на его уровень дохода и платёжеспособность.

Критерии оценивания: указание единичных факторов в каждой группе

Компетенции (индикаторы): ПК-3 (ПК-3.2)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Поведение потребителей» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению 38.03.07 Товароведение.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического института

 Е.Н. Шаповалова

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)