Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Игнатенко Виталий Иванович
Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике
Дата подписания: 07.08.2025 12:20:07
Уникальный программный ключ:
a49ae343af5448d4517e3e1e499659d3d109b378

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Заполярный государственный университет им. Н. М. Федоровского»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
Управление привычками потребителей

Уровень образования: бакалавриат

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

Разработчик ФОС:
к.э.н., зав.каф.ЭМиОП, Н.А. Торгашова _____
Н.А.Торгашова

Оценочные материалы по дисциплине рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № №7 от 17.03.2025 г.

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Фонд оценочных средств по дисциплине Управление привычками потребителей для текущей/ промежуточной аттестации разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по специальности / направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент на основе Рабочей программы дисциплины Управление привычками потребителей, утвержденной решением ученого совета от 17.03.2025 г., Положения о формировании Фонда оценочных средств по дисциплине (ФОС), Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ЗГУ, Положения о государственной итоговой аттестации (ГИА) выпускников по образовательным программам высшего образования в ЗГУ им. Н.М. Федоровского.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1. Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения
ПК-2 Способен реализовывать контекстно-медийную стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	ПК-2.3 Проводит анализ маркетинговой деятельности компании для успешной реализации стратегии продвижения

Таблица 2. Паспорт фонда оценочных средств

№п/п	Контролируемые разделы(темы) дисциплины	Кодрезультатаобучения по дисциплине/модулю	Оценочные средстватекущей аттестации		Оценочные средствапромежуточной аттестации	
			Наименование	Форма	Наименование	Форма
6 семестр						

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы.

2.1. Задания для текущего контроля успеваемости

1. Текущий контроль

1.1. Тестовые задания

Используются для проверки теоретических знаний по ключевым темам.

Примеры тестовых вопросов:

Что такое потребительская привычка?

a) Однократное действие, направленное на удовлетворение потребности

b) Повторяющееся поведение, ставшее автоматическим (+)

c) Случайный выбор товара или услуги

Какой фактор НЕ влияет на формирование потребительских привычек?

a) Социальное окружение

b) Личные предпочтения

c) Количество рекламных кампаний конкурентов (+)

Что такое триггер в контексте управления привычками?

a) Внешний или внутренний стимул, запускающий привычку (+)

b) Процесс отказа от старых привычек

c) Метод анализа поведения потребителей

Какой этап модели формирования привычек (модель Fogg Behavior Model) является ключевым?

a) Мотивация

b) Способность

c) Триггер (+)

Что такое "петля привычки"?

a) Последовательность действий, закрепляющая привычку (+)

b) Цикл покупок потребителя

c) График частоты использования продукта

Критерии оценки:

За каждый правильный ответ – 1 балл.

Проходной балл – 70%.

1.2. Практические задания

Направлены на применение знаний в реальных ситуациях.

Примеры заданий:

Анализ потребительской привычки:

Опишите, как формируется привычка покупать кофе в кофейне ежедневно. Выделите триггер, рутину и вознаграждение.

Разработка стратегии изменения привычек:

Предложите план для компании, которая хочет заменить привычку потребителей пить газированные напитки на употребление воды с добавками.

Определение триггеров:

Проанализируйте рекламную кампанию известного бренда и определите, какие триггеры использовались для формирования новой привычки у потребителей.

Критерии оценки:

Глубина анализа – до 5 баллов.

Логичность и обоснованность решений – до 3 баллов.

Практическая применимость – до 2 баллов.

1.3. Эссе

Оценивают глубину понимания сложных тем и способность выражать мысли в письменной форме.

Примеры тем:

"Роль цифровых технологий в формировании новых потребительских привычек."

"Влияние социальных сетей на изменение привычек потребителей."

"Этические аспекты управления привычками потребителей."

Критерии оценки:

Аргументированность и логичность изложения – до 5 баллов.

Использование актуальных данных и примеров – до 3 баллов.

Оригинальность подхода – до 2 баллов.

1.4. Презентации

Оценивают умение структурировать информацию и представлять её аудитории.

Примеры тем:

"Модель Fogg Behavior Model и её применение в маркетинге."
"Как бренды формируют привычки через лояльность."
"Роль вознаграждений в создании долгосрочных привычек."
Критерии оценки:

Структура и логика презентации – до 4 баллов.
Качество визуального оформления – до 3 баллов.
Убедительность и профессионализм при представлении – до 3 баллов.
2. Промежуточная аттестация
2.1. Коллоквиум
Групповое обсуждение или устный опрос для проверки знаний по широкому спектру тем.

Примеры вопросов:

В чем заключается роль триггеров в формировании потребительских привычек?
Какие методы используют компании для изменения привычек потребителей?
Объясните, как работает "петля привычки" на примере конкретного продукта.
Критерии оценки:

Полнота ответа – до 3 баллов.
Правильность формулировок – до 2 баллов.
Умение аргументировать свою точку зрения – до 2 баллов.
2.2. Проектная работа
Длительное задание, требующее глубокого исследования и практической реализации.

Пример проекта:

Разработка стратегии для бренда, направленной на формирование привычки регулярного использования мобильного приложения для заказа еды.
Критерии оценки:

Целостность и завершенность проекта – до 5 баллов.
Инновационность решений – до 3 баллов.
Практическая применимость – до 2 баллов.
2.3. Исследовательская работа
Задания для проведения исследований и анализа данных.

Примеры заданий:

Провести опрос среди потребителей для выявления факторов, влияющих на их привычки покупать экологичные товары.
Проанализировать влияние программы лояльности на формирование привычек у клиентов конкретного бренда.
Критерии оценки:

Методология исследования – до 4 баллов.
Глубина анализа данных – до 4 баллов.
Практические выводы – до 2 баллов.

2.2 Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

profile
Qwen2.5-Max
11:17 am
Фонд оценочных средств (ФОС)
Дисциплина: Управление привычками потребителей

1. Цель и задачи ФОС

Целью ФОС является проверка уровня освоения студентами теоретических знаний, практических навыков и компетенций по дисциплине "Управление привычками потребителей".

Задачи ФОС:

Оценка понимания основных концепций формирования и изменения потребительских привычек.

Проверка способности применять теоретические знания для анализа реальных маркетинговых ситуаций.

Развитие навыков критического мышления, анализа данных и разработки стратегий управления привычками.

2. Перечень видов оценочных средств

2.1. Тестовые задания

Используются для проверки базовых теоретических знаний.

Примеры тестовых вопросов:

Что такое триггер в контексте управления привычками?
a) Внешний или внутренний стимул, запускающий привычку (+)
b) Процесс отказа от старых привычек
c) Метод анализа поведения потребителей
Какой этап модели Fogg Behavior Model является ключевым?
a) Мотивация
b) Способность
c) Триггер (+)
Что такое "петля привычки"?
a) Последовательность действий, закрепляющая привычку (+)
b) Цикл покупок потребителя
c) График частоты использования продукта
Какие факторы влияют на формирование потребительских привычек?
a) Личные предпочтения и социальное окружение (+)
b) Количество рекламных кампаний конкурентов
c) Размер компании
Что такое вознаграждение в петле привычки?
a) Стимул, который усиливает желание повторить действие (+)
b) Случайный результат действия
c) Удовлетворение минимальных потребностей
Критерии оценки:

За каждый правильный ответ – 1 балл.

Проходной балл – 70%.

2.2. Практические задания

Направлены на применение знаний в реальных ситуациях.

Примеры заданий:

Анализ потребительской привычки:

Опишите, как формируется привычка покупать кофе в кофейне ежедневно. Выделите триггер, рутину и вознаграждение.

Разработка стратегии изменения привычек:

Предложите план для компании, которая хочет заменить привычку потребителей пить газированные напитки на употребление воды с добавками.

Определение триггеров:

Проанализируйте рекламную кампанию известного бренда и определите, какие триггеры использовались для формирования новой привычки у потребителей.

Критерии оценки:

Глубина анализа – до 5 баллов.

Логичность и обоснованность решений – до 3 баллов.

Практическая применимость – до 2 баллов.

2.3. Эссе

Оценивают глубину понимания сложных тем и способность выражать мысли в письменной форме.

Примеры тем:

"Роль цифровых технологий в формировании новых потребительских привычек."

"Влияние социальных сетей на изменение привычек потребителей."

"Этические аспекты управления привычками потребителей."

Критерии оценки:

Аргументированность и логичность изложения – до 5 баллов.

Использование актуальных данных и примеров – до 3 баллов.

Оригинальность подхода – до 2 баллов.

2.4. Презентации

Оценивают умение структурировать информацию и представлять её аудитории.

Примеры тем:

"Модель Fogg Behavior Model и её применение в маркетинге."

"Как бренды формируют привычки через лояльность."

"Роль вознаграждений в создании долгосрочных привычек."

Критерии оценки:

Структура и логика презентации – до 4 баллов.

Качество визуального оформления – до 3 баллов.

Убедительность и профессионализм при представлении – до 3 баллов.

2.5. Коллоквиум

Групповое обсуждение или устный опрос для проверки знаний по широкому спектру тем.

Примеры вопросов:

В чем заключается роль триггеров в формировании потребительских привычек?

Какие методы используют компании для изменения привычек потребителей?

Объясните, как работает "петля привычки" на примере конкретного продукта.

Критерии оценки:

Полнота ответа – до 3 баллов.

Правильность формулировок – до 2 баллов.

Умение аргументировать свою точку зрения – до 2 баллов.

2.6. Проектная работа

Длительное задание, требующее глубокого исследования и практической реализации.

Пример проекта:

Разработка стратегии для бренда, направленной на формирование привычки регулярного использования мобильного приложения для заказа еды.

Критерии оценки:

Целостность и завершенность проекта – до 5 баллов.

Инновационность решений – до 3 баллов.

Практическая применимость – до 2 баллов.

2.7. Исследовательская работа

Задания для проведения исследований и анализа данных.

Примеры заданий:

Провести опрос среди потребителей для выявления факторов, влияющих на их привычки покупать экологичные товары.

Проанализировать влияние программы лояльности на формирование привычек у клиентов конкретного бренда.

Критерии оценки:

Методология исследования – до 4 баллов.

Глубина анализа данных – до 4 баллов.

Практические выводы – до 2 баллов.

Тесты, эссе, рефераты

The App created this document is using the Obsolete license. Contact to the Support Team: mailto:support@sautinsoft.com