

ПРИЛОЖЕНИЕ А
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Поведение и защита прав потребителей»

1. Перечень оценочных средств для компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

| Код контролируемой компетенции | Способ оценивания | Оценочное средство |
|--|-------------------|---|
| ПК-9: Способен анализировать рыночные возможности и оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности | Зачет | Комплект контролирующих материалов для зачета |

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции представлены в разделе «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций» рабочей программы дисциплины «Поведение и защита прав потребителей».

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Поведение и защита прав потребителей» используется 100-балльная шкала.

| Критерий | Оценка по 100-балльной шкале | Оценка по традиционной шкале |
|--|------------------------------|------------------------------|
| Студент освоил изучаемый материал, выполняет задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций, может допускать отдельные ошибки. | 25-100 | <i>Зачтено</i> |
| Студент не освоил основное содержание изученного материала, задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций не выполнены или выполнены неверно. | 0-24 | <i>Не зачтено</i> |

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки уровня достижения компетенций в соответствии с индикаторами

1. Ознакомьтесь с конкретной ситуацией. Выберите схему соответствующую схеме восприятия потребителями нового продукта на рынке с целью анализа рыночных возможностей. Выполните анализ поведения потребителей экономических благ

| Компетенция | Индикатор достижения компетенции |
|---|--|
| ПК-9 Способен анализировать рыночные возможности и оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности | ПК-9.4 Применяет навыки проведения анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса |

2. Ознакомьтесь с кейсом. С целью анализа рыночных возможностей и оценки условий осуществления предпринимательской деятельности выполните анализ поведения потребителей экономических благ и формирования спроса. Какие

подходы использованы в анализе поведения потребителей компании? Каковы различия применяемых подходов к анализу поведения потребителей? В чем преимущества и недостатки каждого из примененных подходов к анализу поведения потребителей?

| Компетенция | Индикатор достижения компетенции |
|---|--|
| ПК-9 Способен анализировать рыночные возможности и оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности | ПК-9.4 Применяет навыки проведения анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса |

3.Ознакомьтесь с конкретной ситуацией. Проиллюстрируйте модели поведения по-требителей экономических благ Ф. Котлера, Г. Армстронга, Дж. Сондорса и В. Вонг на выбранном целевом сегменте с целью анализа рыночных возможностей и анализа поведения потребителей экономических благ на примере следующих товаров: автомобиль, компьютер, мебель, минеральная вода, услуги образования, услуги туристических компаний.

| Компетенция | Индикатор достижения компетенции |
|---|--|
| ПК-9 Способен анализировать рыночные возможности и оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности | ПК-9.4 Применяет навыки проведения анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса |

4.С целью анализа рыночных возможностей и оценки условий осуществления предпринимательской деятельности выполните анализ поведения потребителей экономических благ. Ответьте на ряд вопросов.

| Компетенция | Индикатор достижения компетенции |
|---|--|
| ПК-9 Способен анализировать рыночные возможности и оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности | ПК-9.4 Применяет навыки проведения анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса |

5.Выполните анализ рыночных возможностей и оцените условия осуществления предпринимательской деятельности компании. На основе анализа поведения потребителей экономических благ разработайте направления формирования осведомленности потребителей.

| Компетенция | Индикатор достижения компетенции |
|---|--|
| ПК-9 Способен анализировать рыночные возможности и оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности | ПК-9.4 Применяет навыки проведения анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса |

6.6.□Ознакомьтесь с кейсом. Выполните анализ поведения потребителей экономических благ на основе мультиатрибутивной модели М. Фишбейна» с целью анализа рыночных возможностей и оценки условий осуществления предпринимательской деятельности.

| Компетенция | Индикатор достижения компетенции |
|---|--|
| ПК-9 Способен анализировать рыночные возможности и оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности | ПК-9.4 Применяет навыки проведения анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса |

7.7. □ Ознакомьтесь с кейсом. Оценив рыночные возможности объяснить причины успеха и неудач торговой марки «Coca-Cola» на мировом рынке безалкогольных напитков. На основе анализа поведения потребителей продукта выделите персональные ценности потребителей. Как персональные ценности потребителей отражены в рекламных обращениях производителей без-алкогольной продукции?

| Компетенция | Индикатор достижения компетенции |
|---|--|
| ПК-9 Способен анализировать рыночные возможности и оценивать условия осуществления предпринимательской деятельности | ПК-9.4 Применяет навыки проведения анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса |

4. Файл и/или БТЗ с полным комплектом оценочных материалов прилагается.