

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)

2025 года

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по учебной дисциплине

**МЕТОДЫ АНАЛИЗА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И  
МОТИВАЦИЙ В ТОРГОВЛЕ**

По направлению подготовки 38.04.07 Товароведение

Магистерская программа: «Товароведение в области экспертной и таможенной деятельности»

Разработчик:

Доцент

Попова Я.А.

(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры товароведения и экспертизы товаров от 25 ex 2025 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой  
товароведения и  
экспертизы товаров

Попова Я.А.

(подпись)

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине**  
**«Методы анализа потребительских предпочтений и мотиваций в торговле»**

**Задания закрытого типа**

**Задания закрытого типа на выбор правильного ответа**

*Выберите один правильный ответ*

1. Методы исследования мотивации, при которых потребители заканчивают данное исследователем предложение, называются методами:

- A) фокус-группы
- B) интерпретации
- B) завершения

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

2. Потребности покупателя и его склонность к совершению покупок определяются только его:

- A) желанием
- B) финансовым положением
- B) настроением

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

3. Основным орудием сбыта товаров промышленного назначения остается:

- A) пропаганда
- B) стимулирование сбыта
- B) техника личной продажи

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

4. Раздельное правило решения устанавливает минимальный уровень требований потребителя к продукту:

- A) только по вспомогательным критериям
- B) только по значимым критериям
- B) по каждому критерию

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

**Задания закрытого типа на установление соответствия**

*Установите правильное соответствие.*

*Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.*

**1. Установите соответствие характеристики методов исследования мотиваций**

**Характеристика**

**Методы**

- |   |                         |
|---|-------------------------|
| 1) это методы качественного исследования, где группа людей обсуждает определенную тему под руководством модератора    | A) методы завершения    |
| 2) подразумевают интерпретацию неоднозначных стимулов, таких как картинки, чтобы выявить скрытые мотивы и потребности | B) методы фокус-группы  |
| 3) методы исследования мотивации, при которых потребители заканчивают данное исследователем предложение               | C) методы интерпретации |

Правильный ответ: 1Б, 2В, 3А

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

**2. Установите соответствие групп источников информации и видов**

**Группы**

**Виды**

- |  |                      |
|--|----------------------|
| 1) семья, друзья, соседи, знакомые   | A) эмпирический опыт |
| 2) реклама, продавцы, упаковка, выставки   | Б) общедоступные     |
| 3) средства массовой информации, организации, занимающиеся изучением и классификацией потребителей | В) личные            |
| 4) осязание, изучение, использование товара  | Г) коммерческие      |

Правильный ответ: 1В, 2Г, 3Б, 4А,

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

**3. Установите соответствие характеристики методов исследования поведения потребителей**

**Методы**

**Характеристика**

- |                |  |
|----------------|--|
| 1) интервью    | A) это целенаправленное изменение отдельных параметров товара: цены, упаковки или отдельных ее элементов, расположения на полках, комплектации, уровня обслуживания, осуществляющее без уведомления потребителя с целью количественного измерения произведенного эффекта |
| 2) наблюдение  | Б) формализованная, направляемая исследователем в соответствии с заранее подготовленным сценарием, беседа с респондентом, сфокусированная на теме, интересующей исследователя  |
| 3) эксперимент | В) непосредственный визуальный либо с применением средств визуализации (видеокамеры, мониторы) отстраненный  |

контроль со стороны исследователя за каким-либо явлением или процессом

Правильный ответ: 1Б, 2В, 3А

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

### **Задания закрытого типа на установление правильной последовательности**

*Укажите правильную последовательность.*

*Запишите правильную последовательность букв слева направо.*

1. Установите правильную последовательность предложенных этапов методики проведения анкетирования:

- А) подготовка анкеты
- Б) проведение анкетирования
- В) определение выборки
- Г) определение целей, задач
- Д) рекомендации и предложения по улучшению;
- Е) подготовка итогового отчета
- Ж) обработка, анализ данных

Правильный ответ: Г, А, В, Б, Ж, Д, Е

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

2. Установите правильную последовательность этапов проведения исследования при анализе предпочтений потребителей:

- А) определение основных результатов
- Б) уточнение предмета исследования, корректировка целей и задач
- В) работа с группой экспертов и установление критериев оценки
- Г) формирование отчета
- Д) обобщение результатов и выработка рекомендаций
- Е) анализ полученной информации

Правильный ответ: Б, В, А, Е, Д, Г

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

### **Задания открытого типа**

#### **Задания открытого типа на дополнение**

*Напишите пропущенное слово (словосочетание)*

1. \_\_\_\_\_ представляют собой индивидуальные вкусы и предпочтения, основанные на потребностях, воспитании, ценностях и опыте.

Правильный ответ: потребительские предпочтения

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

2. \_\_\_\_\_ – совершение покупки мотивировано влиянием определенных факторов.

Правильный ответ: осознание

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

3. \_\_\_\_\_ – это методы исследования мотивации, при которых потребители заканчивают данное исследователем предложение.

Правильный ответ: методы завершения

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

4. Низкий уровень знания потребителями цен \_\_\_\_\_ эффективность ценовых преимуществ в конкуренции.

Правильный ответ: методы снижает

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

### **Задания открытого типа с кратким свободным ответом**

*Напишите пропущенные слова (словосочетание)*

1. Первый протест потребителей, зафиксированный документально, произошел в США в \_\_\_\_\_. Правильный ответ: 1775 году / 1775 г. / тысяча семьсот семьдесят пятом году

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

2. Потребители, которые не интересуются рекламой и новыми моделями товаров относятся к концепции \_\_\_\_\_.  
Правильный ответ: пассивных потребителей / пассивных покупателей

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

3. Прайм-тайм – это \_\_\_\_\_ просмотра телевидения и прослушивания радио в течение суток.

Правильный ответ: наиболее удобное время / лучшее время / время наиболее активного

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

### **Задания открытого типа с развернутым ответом**

*Дать развернутый ответ на вопрос*

1. Предприятие «Элиза» занимает лидирующее положение по производству постельного белья в Луганской области. Менеджеры ставят задачу выхода предприятия на рынок соседних областей. Определите, какая информация необходима для проведения маркетинговых исследований.

Пример ответа: для проведения маркетинговых исследований необходимо проанализировать показатели нового рынка, изучить спрос и аудиторию, а также провести опрос потенциальных клиентов.

Время выполнения – 10 мин.

Критерий оценивания: наличие в ответе содержательной единицы «проанализировать новый рынок, изучить спрос, провести опрос потенциальных клиентов».

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1)

2. Назовите основные этапы методики проведения ABC XYZ-анализа потребителей.

Пример ответа: методика проведения ABC XYZ-анализа потребителей включает следующие этапы:

1. Выбор анализируемых величин и сбор по ним данных.
2. Убеждение, что все выбранные для анализа величины измеримы.
3. Выбор способа расчётов.

Время выполнения – 10 мин.

Критерий оценивания: перечислены не менее двух этапов, наличие в ответе содержательной единицы «анализируемые величины» и «способ расчета».

Компетенции (индикаторы): ОПК-4 (ОПК-4.1), ПК-1 (П-1.1).

## **Экспертное заключение**

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Методы анализа потребительских предпочтений и мотиваций в торговле» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.04.07 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 38.04.07 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)