

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)

«15» 02 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

(подпись)

Попова Я.А.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры товароведения и экспертизы товаров от «15» 02 2025 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой  
товароведения и  
экспертизы товаров

(подпись)

Попова Я.А.

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 исследование предложением, называются методами:

- А) фокус-группы
- Б) интерпретации
- В) 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:

- А) желанием
- Б) финансовым положением
- В) настроением

Правильный ответ: А

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

3. Основным орудием сбыта товаров промышленного назначения остается:

- А) пропаганда
- Б) стимулирование сбыта
- В) 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:

- А) только по вспомогательным критериям
- Б) только по значимым критериям
- В) 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	А) методы завершения
2) подразумевают интерпретацию неоднозначных стимулов, таких как картинки, чтобы выявить скрытые мотивы и потребности	Б) методы фокус-группы
3) методы исследования мотивации, при которых потребители заканчивают данное исследование предложением	В) 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	А) 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	А) это целенаправленное изменение отдельных параметров товара: цены, упаковки или отдельных ее элементов, расположения на полках, комплектации, уровня обслуживания, осуществляемое 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 исследование предложением.

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 слово (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)