

Компонент ОПОП 39.03.01 Социология, направленность (профиль) Цифровая и экспертно-аналитическая социология

Б1.В.05.ДВ.02.02
шифр дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Дисциплины (модуля) **Методы исследования потребительского поведения в цифровом обществе**

Разработчик (и):
Шарова Е.Н.,
доцент кафедры ФиСН
канд. социол. наук

Утверждено на заседании кафедры
философии и социальных наук
протокол № 10 от 12.03.2024

Заведующий кафедрой

_____ Жигунова Г.В.

1. Критерии и средства оценивания компетенций и индикаторов их достижения, формируемых дисциплиной (модулем)

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора(ов) достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)			Оценочные средства текущего контроля	Оценочные средства промежуточной аттестации
		<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>		
ПК-3. Способен выполнить описание, объяснение, прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности (самостоятельно или под руководством)	ИД-1 ПК-3 Выполняет описание социальных явлений и процессов на основе результатов социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности ИД-2 ПК-3 Осуществляет объяснение и прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности	основные подходы современной социологии потребления и ее ключевые исследовательские проблемы	применять ядро концептуального аппарата современной экономической социологии при изучении потребления населения	навыками анализа и интерпретации данных, полученных в ходе современных экономико-социологических эмпирических исследований потребления, а также статистических данных	- темы сообщений /докладов /презентаций; - типовые кейс-задания; - тестовые задания	результаты текущего контроля
ПК-4. Способен к научно-исследовательской деятельности социальных явлений и процессов в цифровом обществе	ИД-1 ПК-4 Осуществляет описание, объяснение, прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов фундаментальных и прикладных социологических исследований; ИД-2 ПК-4 Осуществляет составление и оформление итоговых документов по результатам фундаментального или прикладного социологического исследования; ИД-3 ПК-4 Осуществляет представление результатов фундаментального или прикладного исследования различным аудиториям	процедуру разработки программы социологического исследования потребления	выдвигать гипотезы и подбирать адекватные методы их доказательства	методикой проведения социологического исследования потребления	- темы сообщений /докладов /презентаций; - типовые кейс-задания; - тестовые задания	результаты текущего контроля

2. Оценка уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)

Показатели оценивания компетенций (индикаторов их достижения)	Шкала и критерии оценки уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)			
	Ниже порогового («неудовлетворительно»)	Пороговый («удовлетворительно»)	Продвинутый («хорошо»)	Высокий («отлично»)
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки.
Наличие умений	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объёме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочётами.	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объёме без недочётов.
Наличие навыков (владение опытом)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочётами.	Продемонстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочётами.	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенции фактически не сформированы. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ Зачётное количество баллов не набрано согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ Набрано зачётное количество баллов согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков достаточно для решения стандартных профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачётное количество баллов согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для решения сложных, в том числе нестандартных, профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачётное количество баллов согласно установленному диапазону

3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля

3.1 Критерии и шкала оценивания доклада /информационного сообщения

Тематика докладов, информационных сообщений по дисциплине (модулю), требования к структуре, содержанию и оформлению изложены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля), представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включены примерные темы докладов/информационных сообщений:

1. Потребительское поведение как деятельность.
2. Концепции общества потребления: элитарная, антитоталитарная, либеральная, демократическая
3. Теория вкусов Г.Беккера.
4. Теория товарного фетишизма К.Маркса.
5. Теория показного (престижного) потребления Т.Веблена
6. Теория моды Г.Зиммеля.
7. Концепция роскоши В.Зомбарта.
8. Иерархия культуры: «высокое искусство» и «народная культура».
9. Потребление эстетических благ и массовая культура.
10. Поп-арт и китч.
11. Потребительские субкультуры.
12. Основные показатели доходов и потребления (номинальный и реальный доход, индекс цен, уровень бедности, структура потребительских расходов).
13. Индекс потребительских настроений (Дж.Катона).
14. Метод измерения индекса потребительских настроений.
15. Динамика ИПН.
16. Методы исследования потребительского поведения: методы ассоциаций, потребительская панель, проективные методики, дневниковые записи, глубинные интервью, фокус-группы, медиаисследования.

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	Ориентированность в материале, полные и аргументированные ответы на дополнительные вопросы. Материал изложен логически последовательно, присутствуют самостоятельные выводы, используется материал из дополнительных источников, интернет ресурсов. Сообщение носит исследовательский характер. Используется наглядный материал (презентация).
<i>Хорошо</i>	Ориентированность в материале, но присутствуют некоторые затруднения в ответах на дополнительные вопросы. Отсутствует исследовательский компонент в сообщении. Отсутствует наглядный материал (презентация).
<i>Удовлетворительно</i>	Трудности в подборе материала, его структурировании. Использована, в основном, учебная литература, не использованы дополнительные источники информации. Трудности в ответе на дополнительные вопросы по теме сообщения, формулировке выводов. Материал изложен не последовательно, не установлены логические связи.
<i>Неудовлетворительно</i>	Доклад, информационное сообщение подготовлено по одному источнику информации либо не соответствует теме. ИЛИ Доклад, информационное сообщение не подготовлено.

3.2 Критерии и шкала оценивания мультимедийной презентации

Требования к структуре, содержанию и оформлению представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Оформлен титульный слайд с заголовком. Сформулированная тема ясно изложена и структурирована, использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме, выдержан стиль, цветовая гамма, использована анимация, звук. Логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению. Работа оформлена и предоставлена в установленный срок.
<i>Хорошо</i>	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Имеются неточности в изложении материала. Отсутствует логическая последовательность в суждениях. Не выдержан объём презентации, имеются упущения в оформлении. На дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. Работа оформлена и предоставлена в установленный срок.
<i>Удовлетворительно</i>	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Сформулированная тема изложена и структурирована не в полном объеме. Не использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме. Присутствуют существенные отступления от требований к составлению презентации. Допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы.
<i>Неудовлетворительно</i>	Работа не выполнена или не соответствует теме самостоятельной работы.

3.3 Критерии и шкала оценивания кейс-задания

Рекомендации по выполнению кейс-заданий по дисциплине (модулю) изложены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля), представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включено типовое кейс-задание на участие в исследовательском проекте и включает в себя проведение пилотажного эмпирического исследования по заранее разработанному инструментарию на тему (по выбору):

- Изучение «эталонов» потребления (анализ «глянцевых» журналов – практическая работа в группах).
- Контент-анализ телевизионных рекламных роликов с целью определения формируемых стереотипов в сфере потребления (практическая работа в группах).

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	Задание выполнено полностью и правильно. Отчет по выполненной работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.
<i>Хорошо</i>	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений. Все требования, предъявляемые к работе, выполнены.
<i>Удовлетворительно</i>	Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.
<i>Неудовлетворительно</i>	Задание не выполнено.

3.4 Критерии и шкала оценивания тестирования

Перечень тестовых вопросов и заданий, описание процедуры тестирования представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включен типовой вариант тестового задания:

1. Основоположителем концепции демонстративного потребления является:
 1. Г. Беккер
 2. Т. Веблен
 3. Г. Зиммель
 6. В. Зомбарт

2. Потребительская лояльность – это:
 1. степень вероятности переключения на другой товар (бренд)
 2. предпочтительность выбора
 3. положительная эмоциональная, оценочная и поведенческая реакция на товар (бренда)
 4. правильного ответа нет

3. Степень удовлетворения, которое получает субъект в результате потребления товара или услуги, это?
 1. единичная полезность
 2. общая полезность
 3. предельная полезность
 4. полезность

4. Поп-арт это:
 1. направление в изобразительном искусстве, прославляющие культуру общества потребления
 2. направление в изобразительном искусстве, критикующие, высмеивающие образцы массовой культуры

5. Внутренние факторы потребительского поведения затрагивают поведение покупателя:
 3. как индивидуума
 4. как члена социальной группы
 5. как обитателя домохозяйства
 6. как представителя потребительского сегмента, выделенного по демографическому критерию

6. Объективные методы исследования социального класса потребителей основаны на количественно измеримых переменных социоэкономического статуса потребителя, таких, как:
 1. занятие
 2. образование
 3. субъективное восприятие самого себя
 4. доход
 5. семейное положение

7. С помощью какого метода осуществляются исследования потребительского поведения:
 1. дневниковые записи,
 2. потребительская панель
 3. методы ассоциаций

4. все ответы верны
8. Основоположителем концепции вкусов является:
1. Г. Беккер
 2. Т. Веблен
 3. Г. Зиммель
 7. В. Зомбарт
9. Выберите характеристики верные для понятия китча:
1. стандартизированное
 2. массовое
 3. низкопробное
 4. все ответы верны
10. Теория потребительского поведения предлагает, что потребитель стремится максимизировать:
7. разницу между общей и предельной полезностью
 8. общую полезность
 9. среднюю полезность
 10. предельную полезность
 11. все ответы верны

Ключ

№ вопроса	Вариант ответа	№ вопроса	Вариант ответа
1	2	6	4
2	3	7	4
3	4	8	1
4	2	9	4
5	1	10	2

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	90-100 % правильных ответов
<i>Хорошо</i>	70-89 % правильных ответов
<i>Удовлетворительно</i>	50-69 % правильных ответов
<i>Неудовлетворительно</i>	49% и меньше правильных ответов

3.5 Критерии и шкала оценивания посещаемости занятий

Посещение занятий обучающимися определяется в процентном соотношении

Баллы	Критерии оценки
20	посещаемость 91 - 100 %
15	посещаемость 75 - 90 %
10	посещаемость 65 - 74 %
5	посещаемость 50 - 64 %
0	посещаемость 49% и меньше

4. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) при проведении промежуточной аттестации

Критерии и шкала оценивания результатов освоения дисциплины (модуля)
с зачетом

Если обучающийся набрал зачетное количество баллов согласно установленному диапазону по дисциплине (модулю), то он считается аттестованным.

Оценка	Баллы	Критерии оценивания
<i>Зачтено</i>	60 - 100	Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону
<i>Незачтено</i>	менее 60	Зачетное количество согласно установленному диапазону баллов не набрано

5. Задания диагностической работы для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках внутренней и внешней независимой оценки качества образования

ФОС содержит задания для оценивания знаний, умений и навыков, демонстрирующих уровень сформированности компетенций и индикаторов их достижения в процессе освоения дисциплины (модуля).

Комплект заданий разработан таким образом, чтобы осуществить процедуру оценки каждой компетенции, формируемых дисциплиной (модулем), у обучающегося в письменной форме.

Содержание комплекта заданий включает: *тестовые задания*

Комплект заданий диагностической работы

Код и наименование компетенции 1	
ПК-3. Способен выполнить описание, объяснение, прогнозирование социальных явлений и процессов на основе результатов социологических исследований и экспертно-аналитической деятельности (самостоятельно или под руководством)	
1	<ol style="list-style-type: none">1. Основоположителем концепции демонстративного потребления является:<ol style="list-style-type: none">1. Г. Беккер2. Т. Веблен3. Г. Зиммель4. В. Зомбарт2. Потребительская лояльность – это:<ol style="list-style-type: none">1. степень вероятности переключения на другой товар (бренд)2. предпочтительность выбора3. положительная эмоциональная, оценочная и поведенческая реакция на товар (бренда)4. правильного ответа нет3. Степень удовлетворения, которое получает субъект в результате потребления товара или услуги, это?<ol style="list-style-type: none">1. единичная полезность2. общая полезность3. предельная полезность4. полезность4. Поп-арт это:<ol style="list-style-type: none">1. направление в изобразительном искусстве, прославляющие культуру

	<p>общества потребления</p> <p>2. направление в изобразительном искусстве, критикующие, высмеивающие образцы массовой культуры</p> <p>5. Внутренние факторы потребительского поведения затрагивают поведение покупателя:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. как индивидуума 2. как члена социальной группы 3. как обитателя домохозяйства 4. как представителя потребительского сегмента, выделенного по демографическому критерию <p>6. Объективные методы исследования социального класса потребителей основаны на количественно измеримых переменных социоэкономического статуса потребителя, таких, как:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. занятие 2. образование 3. субъективное восприятие самого себя 4. доход 5. семейное положение <p>7. С помощью какого метода осуществляются исследования потребительского поведения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. дневниковые записи, 2. потребительская панель 3. методы ассоциаций 4. все ответы верны <p>8. Основоположником концепции вкусов является:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Г. Беккер 2. Т. Веблен 3. Г. Зиммель 4. В. Зомбарт <p>9. Выберите характеристики верные для понятия китча:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. стандартизированное 2. массовое 3. низкопробное 4. все ответы верны <p>10. Теория потребительского поведения предлагает, что потребитель стремится максимизировать:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. разницу между общей и предельной полезностью 2. общую полезность 3. среднюю полезность 4. предельную полезность 5. все ответы верны
	<p>ПК-4. Способен к научно-исследовательской деятельности социальных явлений и процессов в цифровом обществе</p>
2	<p>11. Кто вводит в научный оборот понятие товарного фетишизма</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. К.Маркс 2. М.Вебер

3. В.Зомбарт

4. Т.Парсонс

12. Что не входит в процесс потребления

1. выбор товара или услуги

2. покупка

3. использование

4. перепродажа

13. Кто разработал концепцию моды

1. К.Маркс

2. М.Вебер

3. В.Зомбарт

4. Г.Зиммель

14. Кто разработал концепцию роскоши

1. К.Маркс

2. М.Вебер

3. В.Зомбарт

4. Т.Парсонс

15. Кто разработал концепцию статусных групп и протестантской этики

1. К.Маркс

2. М.Вебер

3. В.Зомбарт

4. Т.Парсонс

16. Кто разработал концепцию габитуса и стиля жизни

1. П.Бурдьё

2. М.Вебер

3. В.Зомбарт

4. Т.Парсонс

17. Кто разработал концепцию габитуса и стиля жизни

1. П.Бурдьё

2. М.Вебер

3. В.Зомбарт

4. Т.Парсонс

18. Какой метод лучше использовать, чтобы зафиксировать отношение группы к новой рекламе

1. фокус-группа

2. глубинное интервью

3. наблюдение

4. анализ документов

19. Какой метод лучше использовать, чтобы зафиксировать реакцию целевой группы на изменение вывески в торговой точке

1. фокус-группа

2. глубинное интервью

3. наблюдение

4. анализ документов

20. Какой метод лучше использовать, чтобы зафиксировать средний чек посетителей кафе.

1. фокус-группа
2. глубинное интервью
3. наблюдение
4. анализ документов