

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Стегний Кирилл Владимирович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 10.09.2026
Уникальный программный ключ:
d59234ba928aea5c04c54eb9013e367220b6b2ae

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тихоокеанский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации

«УТВЕРЖДАЮ»

Заведующий кафедрой

 / И.П. Черная /

23 июня 2026 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**Дисциплины Б1.В.ДВ.02.01 Поведение потребителей в сфере здравоохранения
основной образовательной программы высшего образования**

Направление подготовки

32.04.01 Общественное
здравоохранение
(код, наименование)

Уровень подготовки

магистратура
(специалитет/магистратура)

Направленность подготовки

01 Образование и наука (в сфере
научных исследований)

Форма обучения

очная

Срок освоения ООП

2 г
(нормативный срок обучения)

Кафедра

Социально-гуманитарных и
экономических дисциплин

Владивосток – 2026

1. ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1.1. Фонд оценочных средств регламентирует формы, содержание, виды оценочных средств для текущего контроля, промежуточной аттестации и итоговой (государственной итоговой) аттестации, критерии оценивания дифференцированно по каждому виду оценочных средств.

1.3. Фонд оценочных средств определяет уровень формирования у обучающихся установленных в ФГОС ВО и определенных основной образовательной программе высшего образования по направлению подготовки 32.04.01 Общественное здравоохранение, направленности 01 Образование и наука (в сфере научных исследований), в сфере профессиональной деятельности (организационно-управленческой)) профессиональными (ПК-1, ПК-3, ПК-4) компетенциями.



2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

2.1. Виды контроля и аттестации, формы оценочных средств

№ п/ п	Виды контроля	Оценочные средства
		Форма
1	Текущий контроль	Дискуссии
		Тестовые задания
2	Промежуточная аттестация	Собеседование

3. Содержание оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации осуществляется преподавателем дисциплины

Оценочные средства для текущего контроля.

Примерные темы для дискуссий:

1. Основные исторические этапы в теории изучения потребителей.
2. Как развитие бихевиоризма повлияло на изучение поведения потребителей.
3. Основные принципы максимаркетинга.
4. Культурные ценности, которые относятся к потребительскому поведению.
5. Основные факторы внешнего влияния на поведения потребителей.
6. Основные этапы изучения жизненного цикла семьи.
7. Факторы, влияющие на поведения потребителей.
8. Отношение потребителей к товарам (маркам, компании): определение отношения, важность для изучения маркетологами.
9. Основные направления анализа знания потребителей.
10. Основные права потребителей.

Критерии оценивания:

«Отлично» - более 80% правильных ответов

«Хорошо» - 70-79% правильных ответов

«Удовлетворительно» - 55-69% правильных ответов

«Неудовлетворительно» - менее 55% правильных ответов

Тестовые задания

	Код	Текст компетенции / названия трудовой функции / названия трудового действия / текст
С	32.04.01	Общественное здравоохранение
К	ПК-1	Способность и готовность к осуществлению оценки факторов риска, влияющих на состояние здоровья населения, социальных детерминант для укрепления общественного здоровья и профилактики заболеваний, влияющих на потребление услуг здравоохранения
	ПК-3	Способность и готовность к соблюдению нормативных правовых актов в сфере охраны здоровья граждан и регулирующих деятельность медицинских организаций и медицинских работников, применению основных принципов этики и деонтологии в профессиональной деятельности
К	ПК-4	способность и готовность к эффективному использованию кадровых, финансовых, экономических, материальных и других ресурсов медицинской организации для разработки и реализации профилактических мероприятий, программ, проектов и акций по укреплению здоровья населения
Ф		
И		ДАЙТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ 1 УРОВНЯ (ОДИН ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ)
		01 ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ЗАКЛЮЧАЮТСЯ В ТОМ, ЧТОБЫ 1. Выяснить, каковы потребности потребителей 2. Понять и предсказать поведение потребителей 3. Найти механизмы влияния на выбор потребителей 4. Понять, почему они покупают товары конкурентов 02 БАЗОВАЯ МОДЕЛЬ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ОСНОВЫВАЕТСЯ НА ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ 1. Стимул-восприятие 2. Реакция-стимул 3. Стимул-реакция 03 ПРЕДПОЧТЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ О КОНКРЕТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ФОРМИРУЕТСЯ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ НА ЭТАПЕ 1. Поиска информации 2. Оценки вариантов 3. Покупки 4. Потребления
		ДАЙТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ 2 УРОВНЯ (НЕСКОЛЬКО ПРАВИЛЬНЫХ ОТВЕТОВ)
		01. ФАКТОРЫ, ОТНОСЯЩИЕСЯ К ВНУТРЕННИМ И ВЛИЯЮЩИМ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

	1. референтные группы 2. мотивация и восприятие 3. культура и субкультура 4. жизненный стиль и ценности 02. ХАРАКТЕРИСТИКИ ОПИСЫВАЮЩИЕ ИМПУЛЬСИВНУЮ ПОКУПКУ 1. тщательное сравнение цен и характеристик товаров 2. спонтанность и эмоциональность решения 3. наличие чёткого плана покупки 4. влияние ситуационных факторов (например, акция в магазине) 03. ЭТАПЫ ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЕШЕНИЯ 1. постпокупное поведение 2. осознание потребности 3. поиск информации 4. оценка альтернатив
	ДАЙТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ 3 УРОВНЯ (ЗАДАНИЯ НА ОПРЕДЕЛЕНИЕ СООТВЕТСТВИЯ)
	01. УСТАНОВИТЕ СООТВЕТСТВИЕ МЕЖДУ ТИПОМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ (ПО Г. АССЕЛЮ) И СИТУАЦИЕЙ ЕГО ПРОЯВЛЕНИЯ. А) Сложное поведение Б) Неуверенное поведение В) Привычное поведение Г) Поисковое поведение 1. Покупка соли или сахара — потребитель не видит больших различий между марками и действует по привычке. 2. Выбор автомобиля — высокая вовлечённость, потребитель тщательно сравнивает характеристики разных марок. 3. Покупка нового гаджета сразу после выхода — потребитель сомневается в выборе, ищет дополнительную информацию, чтобы снизить риск ошибки. 4. Регулярная покупка одного и того же бренда кофе, но иногда потребитель пробует другой, чтобы разнообразить опыт. Ответ: А — 2, Б — 3, В — 1, Г — 4. 02. СООТНЕСИТЕ ФАКТОР, ВЛИЯЮЩИЙ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ, И ЕГО ХАРАКТЕРИСТИКУ. • А) Культурные факторы • Б) Социальные факторы • В) Личностные факторы • Г) Психологические факторы 1. Возраст, род занятий, уровень дохода, стиль жизни. 2. Мотивация, восприятие, обучение, убеждения и отношения. 3. Референтные группы, семья, роли и статусы. 4. Культура, субкультура, социальные классы. Ответ: А — 4, Б — 3, В — 1, Г — 2. 03. УСТАНОВИТЕ СООТВЕТСТВИЕ МЕЖДУ МОДЕЛЬЮ ПРОЦЕССА ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ И ЕЁ КЛЮЧЕВЫМ ЭТАПОМ. • А) Модель AIDA

	• Б) Модель «чёрного ящика» • В) Модель пяти этапов 1. Осознание потребности, информационный поиск, предпокупочная оценка, покупка, послепокупочная оценка. 2. Внимание, интерес, желание, действие. 3. Стимулы (маркетинговые и средовые) → «чёрный ящик» (сознание потребителя) → реакция (решение о покупке). Ответ: А — 2, Б — 3, В — 1.
--	---

Шкала оценивания

«Отлично» - более 80% правильных ответов на тестовые задания каждого уровня

«Хорошо» - 70-79% правильных ответов на тестовые задания каждого уровня

«Удовлетворительно» - 55-69% правильных ответов на тестовые задания каждого уровня

«Неудовлетворительно» - менее 55% правильных ответов на тестовые задания каждого уровня

Вопросы для собеседования.

	Код	Текст компетенции / названия трудовой функции / названия трудового действия / текст
С	32.04.01	Общественное здравоохранение
К	ПК-1	Способность и готовность к осуществлению оценки факторов риска, влияющих на состояние здоровья населения, социальных детерминант для укрепления общественного здоровья и профилактики заболеваний, влияющих на потребление услуг здравоохранения
к	ПК-3	Способность и готовность к соблюдению нормативных правовых актов в сфере охраны здоровья граждан и регулирующих деятельность медицинских организаций и медицинских работников, применению основных принципов этики и деонтологии в профессиональной деятельности
К	ПК-4	способность и готовность к эффективному использованию кадровых, финансовых, экономических, материальных и других ресурсов медицинской организации для разработки и реализации профилактических мероприятий, программ, проектов и акций по укреплению здоровья населения
Ф		
И		ДАЙТЕ ОТВЕТЫ НА ВОПРОСЫ 1. Зачем изучать поведение потребителей? 2. Определите основные отличия модернистского и постмодернистского подхода. 3. Назовите основных учёных, сыгравших роль в развитии поведения потребителей. 4. Назовите основные отличия понятий «Покупатель» и «Потребитель». 5. Определите взаимосвязь следующих понятий «Нужда», «Потребность», «Потребление» и «Спрос». 6. В чем сущность модели поведения покупателей. 7. Назовите этапы процесса принятия решения о покупке.

		8. Определите основные признаки классификации потребителей. 9. Выделите основные группы потребителей по степени приверженности потребителя к марке товара. 10. Назовите основные группы потребителей по образу жизни. 11. Понятие культуры. Классификация культуры. 12. Как субкультура влияет на поведение потребителей? 13. Культура потребления, её формирование, динамика развития. 14. Определите взаимосвязь культуры и потребительского поведения. 15. Каковы возможности использования культурных различий рынков для разработки маркетинговых решений? 16. Какие элементы включают в себя процесс восприятия? Охарактеризуйте на примере. 17. Какие стимульные факторы влияют на внимание потребителя при покупке печатной продукции, автомобиля? 18. Что включают в себя индивидуальные факторы, определяющие внимание потребителя? Охарактеризуйте на примере? 19. Каким образом знание процесса восприятия способно помочь регулированию рекламы (в разрезе видов и носителей)? Охарактеризуйте на примерах. 20. Назовите основные модели формирования отношений. 21. Какие существуют теории (классификации) потребностей? 22. Какова роль исследований поведения потребителей в современном маркетинге. Назовите основные направления исследований потребителей? 23. Сущность и виды концепции «7 Os». 24. Назовите основные методы исследования личностных факторов потребителей. 25. Определите методы мотивации потребителей? 26. Какие существуют компоненты, методы, направления изучения отношения потребителей? 27. Каково отношение потребителей к марке: степени известности марки, мнения потребителей о марке товара. 28. В чем сущность понятия консьюмеризма? 29. Перечислите основные законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей. 30. Опишите основные законы защиты прав потребителей в России. 31. Какие существуют типы покупательских решений потребителей по Дж. Катону, Д. Говарду и Д. Шету? 32. Назовите характеристики основных видов покупок. 33. Назовите типы решений потребителей в зависимости от интенсивности процесса принятия решений. 34. Какие существуют модели поведения потребителей с низкой и высокой степенью вовлеченности? 35. Назовите модели поведения потребителей по длительности принятия решения.
--	--	---

		36. Укажите разницу между социально ответственностью и консьюмеризмом с точки зрения розничного продавца.

Критерии оценивания:

«Отлично» - более 80% правильных ответов

«Хорошо» - 70-79% правильных ответов

«Удовлетворительно» - 55-69% правильных ответов

«Неудовлетворительно» - менее 55% правильных ответов

4. Критерии оценивания результатов обучения

«Зачтено» выставляется обучающемуся, если он показал достаточно прочные знания основных положений учебной дисциплины, умение самостоятельно решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты.

«Не зачтено» выставляется обучающемуся, если при ответе выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины.