

УДК 366.1(075.8)
ББК 65.012.12я73
Г12

Гавриленко, Н. И.

Г12 Поведение потребителя : учебное пособие /
Н. И. Гавриленко.— Москва : Директ-Медиа, 2022. —
132 с.

ISBN 978-5-4499-3242-6

Рассмотрены основные категории курса, факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей; модели поведения потребителей; процесс принятия решения о покупке; поведенческая реакция покупателей; основы эффективной продажи.

Содержание учебного пособия соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 — «Менеджмент»; по профилю подготовки «Маркетинг».

Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области поведения потребителя в различных ситуациях и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

УДК 366.1(075.8)
ББК 65.012.12я73

ISBN 978-5-4499-3242-6

© Гавриленко Н. И., текст, 2022

© Издательство «Директ-Медиа», оформление, 2022

Оглавление

Введение	5
1. Методологические основы исследования поведения потребителя.....	6
1.1. Объект, предмет, цель и задачи курса.....	6
1.2. Новая макро- и микросреда маркетинга. Новый потребитель	15
Контрольные вопросы и задания.....	26
2. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения.....	27
2.1. Нужды и потребности: различия и классификация	27
2.2. Мультиатрибутивный товар: сущность, концепция, этапы	33
Контрольные вопросы и задания.....	40
3. Поведение потребителя: история вопроса, подходы, теории	41
3.1. Основы потребительского поведения: подходы и теории.....	41
3.2. Фазы социального действия и поведения	46
Контрольные вопросы и задания.....	49
4. Характеристики потребителя: факторы, влияющие на покупательское поведение	51
4.1. Культурные и социальные факторы.....	51
4.2. Личностные и психологические факторы	57
Контрольные вопросы и задания.....	62
5. Мотивация потребителей	64
5.1. Мотивация и стимулирование поведения потребителей.....	64
5.2. Психологические основы мотивации поведения потребителя	67
Контрольные вопросы и задания.....	71
6. Процесс принятия решения о покупке: модели и проблемы лояльности.....	73

6.1. Моделирование поведения потребителя: элементы и этапы	73
6.2. Потребительская лояльность: сущность и проблемы	77
Контрольные вопросы и задания	82
7. Промышленный маркетинг и управление поведением покупателя	84
7.1. Промышленный маркетинг: сущность, объект, предмет, критерии сегментации	84
7.2. Факторы, влияющие на поведение покупателя товаров промышленного назначения	87
Контрольные вопросы и задания	91
8. Продвижение товаров промышленного назначения и центры закупок	93
8.1. Продвижение и сбыт товаров промышленного назначения: сущность, подходы, этапы.....	93
8.2. Центр закупки товаров промышленного назначения.....	98
Контрольные вопросы и задания	101
9. Методы воздействия на поведение потребителя.....	104
9.1. Рекламное воздействие на поведение потребителя.....	104
9.2. Воздействие нейромаркетинга на потребительское поведение	107
Контрольные вопросы и задания	112
10. Эффективность продаж и манипуляция потребительским поведением	114
10.1. Эффективность продаж: сущность и этапы	114
10.2. Манипуляция потребительским поведением	120
Контрольные вопросы и задания	125
Заключение.....	127
Библиографический список	128