

И. А. Дубровин

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

учебное
пособие



Содержание

ВВЕДЕНИЕ	5
1. МАРКЕТИНГ И ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ	7
1.1. Характер поведения потребителя.....	7
1.2. Основные категории поведения потребителей.....	20
1.3. Методы исследования поведения потребителей.....	28
1.4. Анализ результатов исследований поведения потребителей ...	43
2. ФАКТОРЫ ВНЕШНЕГО ВЛИЯНИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ...	59
2.1. Роль культуры.....	59
2.2. Значение референтных групп в поведении потребителей.....	73
2.3. Роль семьи и домохозяйства.....	82
2.4. Социальный статус потребителей.....	86
2.5. Влияние конкретных ситуаций.....	90
3. ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ...	94
3.1. Восприятие.....	94
3.2. Осведомленность.....	103
3.3. Отношение.....	114
3.4. Содействие.....	119
3.5. Мотивация в поведении потребителя.....	129
3.6. Жизненный стиль потребителя.....	156
3.7. Психографика профиля потребителя.....	166
4. ПРОЦЕССЫ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЕМ	177
4.1. Обработка информации.....	177
4.2. Вовлеченность и обучение потребителя.....	182

5. МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ	203
5.1. Общая модель принятия решения о покупке	203
5.2. Корректирующие факторы принятия решения о покупке	214
6. ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ	219
6.1. Процесс выбора продовольственных товаров.....	219
6.2. Ресурсы потребителей для выбора продовольственных товаров	236
7. КОНСЬЮМЕРИЗМ И ПАРТНЕРСКИЕ ОТНОШЕНИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ	250
7.1. Консьюмеризм	250
7.2. Партнерские отношения с потребителями.....	256
8. ПРАКТИКУМ	276
8.1. Тестовые задания.....	276
8.2. Задачи.....	306
ЛИТЕРАТУРА	311