

Васильев Г. А.

Поведение потребителей: Учеб. пособие. — М.: Вузовский учебник, 2008.-
240 с.

В учебном пособии анализируется поведение потребителей на разных стадиях принятия решения о покупке товаров. Приводятся внешние и внутренние факторы потребительского поведения и оцениваются возможности их использования в маркетинге. Подробно рассматривается покупка как основное потребительское решение.

Предназначено для студентов высших и средних учебных заведений, обучающихся по специальности «Маркетинг», для работников маркетинговых служб предприятий и организаций, предпринимателей и коммерсантов.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

Глава 1. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И МАРКЕТИНГ

1.1. Потребители и рынок

1.2. Сегментирование рынка и удовлетворение потребностей

Вопросы для самопроверки

Глава 2. ФАКТОРЫ ВНЕШНЕГО ВЛИЯНИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

2.1. Культура общества как основной фактор макровлияния на потребительское поведение

2.2. Социальная стратификация общества, социальное положение и маркетинг

2.3. Малые группы и групповые коммуникации как решающий фактор микровлияния на потребительское поведение

2.4. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя

Вопросы для самопроверки

Глава 3. ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

3.1. Восприятие и обработка информации потребителем — основа принятия решения о покупке

3.2. Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением

3.3. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей

3.4. Роль информированности и отношения потребителей к товару в процессе формирования покупательского поведения

Вопросы для самопроверки

Глава 4. ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ

4.1. Факторы ситуационного влияния на процесс принятия решения о покупке

4.2. Характеристика процесса принятия потребителем решения о покупке

4.3. Осознание потребителем потребности в товаре и информационный поиск

4.4. Оценка и выбор потребителем покупательского решения

4.5. Покупка как основное потребительское решение

4.6. Поведение покупателя после покупки

Вопросы для самопроверки

Глава 5. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: ОРГАНИЗАЦИИ И ОБЩЕСТВО

5.1. Сущность и факторы покупательского поведения организаций

5.2. Консюмеризм и общество

Вопросы для самопроверки

ЛИТЕРАТУРА