

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение

Глава 1. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И МАРКЕТИНГ

- 1.1. Потребители и рынок
- 1.2. Сегментирование рынка и удовлетворение потребностей
- 1.3. Интернет — канал маркетинга и рекламы

Вопросы для самопроверки

Глава 2. ИНТЕРНЕТ, КОММЕРЦИЯ И ПОТРЕБИТЕЛИ

- 2.1. Виды услуг предпринимательской деятельности в сфере электронной коммерции
- 2.2. Особенности интернет-рекламы
- 2.3. Проблемы и перспективы развития электронной торговли

Вопросы для самопроверки

Глава 3. ИННОВАЦИИ И ИХ РАСПРОСТРАНЕНИЕ .

- 3.1. Жизненный цикл продукта в маркетинговой политике
- 3.2. Инновация, ее виды, диффузия инноваций
- 3.3. Принятие решения об инновациях

Вопросы для самопроверки

Глава 4. АКТОРЫ ВНЕШНЕГО ВЛИЯНИЯ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

- 4.1. Культура общества как основной фактор макровлияния на потребительское поведение
- 4.2. Социальная стратификация общества, социальное положение и маркетинг
- 4.3. Малые группы и групповые коммуникации как решающий фактор микровлияния на потребительское поведение

4.4. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя

Вопросы для самопроверки

Глава 5. ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

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

5.2. Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением

5.3. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей

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

Вопросы для самопроверки

Глава 6. СТИМУЛИРОВАНИЕ ПОКУПОК

6.1. Стимулирование потребителей

6.2. Стимулирование торговых посредников

6.3. Стимулирование торгового персонала

Вопросы для самопроверки

Глава 7. ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ

7.1. Факторы ситуационного влияния на процесс принятия решения о покупке

7.2. Характеристика процесса принятия потребителем решения о покупке

7.3. Осознание потребителем потребности в товаре и информационный поиск

7.4. Оценка и выбор потребителем покупательского решения

7.5. Покупка как основное потребительское решение .

7.6. Поведение покупателя после покупки

Вопросы для самопроверки

Глава 8. ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: ОРГАНИЗАЦИИ И ОБЩЕСТВО

8.1. Сущность и факторы покупательского поведения организаций

8.2. Консьюмеризм и общество

Вопросы для самопроверки

Тесты

Программа дисциплины «Поведение потребителей»

Примерный перечень вопросов к экзамену/зачету по всему курсу

Краткий терминологический словарь

Литература