

Наумов В.Н.

Поведение потребителей: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2015. — 248 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; режим доступа <http://www.gpashit.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — ГЮ110.12737/3477

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. Мегатренды и модели поведения потребителей.....	7
1.1. Современные мегатренды поведения потребителей.....	7
1.2. Особенности поведения российских потребителей.....	12
1.3. Классификация моделей поведения потребителей.....	23
1.4. Типология потребителей по стилям жизни.....	37
1.5. Факторы, влияющие на поведение потребителей.....	59
1.6. Особенности поведения потребителей на разных этапах жизненного цикла.....	67
ГЛАВА 2. Психологические детерминанты потребителей.....	85
2.1. Основные вводные понятия.....	85
2.2. Психологические характеристики потребителя.....	90
2.3. Движущие силы потребителя.....	113
2.4. Классификация потребностей потребителей.....	120
ГЛАВА 3. Модели принятия решения о покупке.....	126
3.1. Типология покупательских решений.....	126
3.2. Модели поведения потребителей по длительности принятия решения.....	129
3.3. Модели поведения потребителей в зависимости от интенсивности процесса принятия решения.....	130
3.4. Модели поведения потребителей при разной вовлеченности в процесс покупки.....	132
3.5. Экспликативная модель покупки товара.....	137
ГЛАВА 4. Модели восприятия маркетинговой информации.....	152
4.1. Модели восприятия торговой марки.....	152
4.2. Модели процесса восприятия рекламы.....	179
ГЛАВА 5. Поведение покупателей в маркетинговых системах.....	201
5.1. Поведение покупателей в торговом зале магазина.....	201
5.2. Инструментарий влияния на покупателей при личных продажах.....	219
ЛИТЕРАТУРА.....	245