

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский институт защиты предпринимателя»  
(РИЗП)**

Утверждаю  
Ректор института

\_\_\_\_\_ А.А. Паршина

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ**  
по организации самостоятельной работы студентов и проведению  
практических (семинарских) занятий  
по дисциплине (модулю)

**Поведение потребителей**

код и наименование направления подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой деятельности
Квалификация (степень) выпускника	Бакалавр

**Ростов-на-Дону**

## **Тема 1. Потребители, их поведение и маркетинг**

### **Задания для семинарского занятия**

1. Определение и содержание поведения потребителей.
2. Модель потребительского поведения.
3. Маркетинг и потребитель.
4. Маркетинго-ориентированная организация.
5. Маркетинг отношений. Связь между стратегией маркетинга и поведением потребителей. Новая концепция менеджмента. Внешний и внутренний маркетинг. Условия обмена. Признаки значимости маркетинга отношений. Привлекательность обмена.

### **Задания для самостоятельной работы**

1. Связь между стратегией маркетинга и поведением потребителей.
2. Новая концепция менеджмента.
3. Внешний и внутренний маркетинг.
4. Условия обмена.
5. Признаки значимости маркетинга отношений. Привлекательность обмена.

## **Тема 2. Внешние факторы, влияющие на поведение потребителей**

### **Задания для семинарского занятия**

1. Экономические, политические, социально - демографические, научно – технические, этно–культурные, географические и другие факторы, влияющие на поведение потребителей.
2. Группы и их типы.
3. Дихотомичность человека.
4. Референтные группы. Первичные и вторичные группы.
5. Группы устремления и диссоциативные группы.

### **Задания для самостоятельной работы**

1. Формальные и неформальные группы.
2. Информационное влияние референтных групп.
3. Использование персонального влияния в маркетинговой стратегии.
4. Инновации и их виды.
5. Диффузионный процесс.
6. Типы потребителей в диффузии инноваций.

## **Тема 3. Семья и домохозяйство**

### **Задания для семинарского занятия**

1. Семья как объект изучения в поведении потребителей.
2. Понятие домохозяйства.
3. Нуклеарная семья. Расширенная семья.
4. Жизненный цикл семьи.
5. Жизненный цикл домохозяйства. Стадии жизненного цикла домохозяйств.
6. Распределение ролей при принятии решений о покупке.
7. Инструментальные и экспрессивные роли.

### **Задания для самостоятельной работы**

1. Потребительская специализация.
2. Посредничество.
3. Совместный шопинг.
4. Факторы, влияющие на покупки семьи и домохозяйства.
5. Потребительская социализация как среда формирования будущего потребителя.

#### **Тема 4. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей**

##### **Задания для семинарского занятия**

1. Внутренние факторы, влияющие на поведение потребителей: мотивационные, эмоциональные, стимулирующие, ситуационные.
2. Интересы и потребности в системе потребления.
3. Осознанные и неосознанные мотивы в деятельности потребления.

##### **Задания для самостоятельной работы**

1. Установка как готовность к покупке.
2. Персональные ценности.
3. Семейные ценности.
4. Уровень притязаний.

#### **Тема 5. Потребительские ресурсы**

##### **Задания для семинарского занятия**

1. Восприятие, обучение, память в системе потребления.
2. Обработка информации и восприятие потребителя.
3. Факторы, определяющие внимание потребителей.
4. Влияние интересов и потребностей на внимание.
5. Память в восприятии информации потребителем.
6. Познавательное обучение потребителей.

##### **Задания для самостоятельной работы**

1. Мотивация потребителей к стимулу.
2. Адаптация потребителей к стимулу.
3. Психографика. Персональные ценности.
4. Жизненный стиль и ресурсы потребителей.
5. Отношения в системе потребления.
6. Знание и отношение.
7. Ситуационные факторы.

#### **Тема 6. Процесс принятия решения о покупке**

##### **Задания для семинарского занятия**

1. Понятие процесса принятия решений потребителем.
2. Этапы. Факторы, влияющие на процесс принятия решений потребителей.
3. Алгоритм формирования потребительского спроса.
4. Процесс принятия решения о покупке..

##### **Задания для самостоятельной работы**

1. Осознание необходимости покупки.
2. Экономические ресурсы потребителей.

3. Оценка и выбор альтернатив покупки потребителями.
4. Выбор правила потребительского решения

### **Тема 7. Информационный поиск** **Задания для семинарского занятия**

1. Сбор информации о предстоящей покупке.
2. Оценка и выбор альтернатив.
3. Покупка. Знание потребителя о покупке.
4. Реакция на покупку.
5. Модели поведения потребителей в поиске покупки.
6. Модели усиления запоминаемости информации о покупке.
7. Временные ресурсы потребителей..

#### **Задания для самостоятельной работы**

1. Знание потребителей о продукте и его отношении к продукту.
2. Знание об использовании продукта.
3. Внутренний и внешний информационный поиск потребителей.
4. Параметры потребительского поиска.
5. Факторы поиска информации потребителями

### **Тема 8. Методы изучения поведения потребителей** **Задания для семинарского занятия**

1. Поведение потребителей – индикатор эффективности рыночных отношений.
2. Методы и формы изучения поведения потребителей.
3. Исследование, анализ и прогнозирование поведения потребителей.

#### **Задания для самостоятельной работы**

1. Социологические исследования.
2. Анкетирование и интервью.
3. Виды интервью: стандартизированное, фокусированное и свободное.
4. Холл-тесты.

### **Тема 9. Организационное покупательское поведение** **Задания для семинарского занятия**

1. Сущность и масштаб организационных рынков.
2. Особенности организационного покупательского поведения.
3. Консьюмеризм как потребительство.
4. Три группы консьюмеризма..

#### **Задания для самостоятельной работы**

1. Демонстративное потребление.
2. Количество как инструмент показного потребления.
3. Язык показного потребления.
4. Потребление и статус.
5. Потребление как составляющая престижа человека

## **Тема 10. Реклама в системе потребления**

### **Задания для семинарского занятия**

1. Роль рекламы в организации потребления.
2. Закон РФ «О рекламе».
3. Возможности и ограничения рекламы.
4. Виды рекламы.
5. Особенности организации рекламы.
6. Психологические основы влияния рекламы на потребителей.

### **Задания для самостоятельной работы**

1. Утилитарные, эстетические мотивы, используемые в рекламе.
2. Мотивы престижа, достижения и традиции.
3. Анализ основных мотивов в рекламной деятельности.
4. Критерии эффективности рекламной деятельности.