

УДК 658.8
ББК 65.291.3

Семилетова Я.И. Поведение потребителей: Учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело. – СПб: СПбГАУ, 2018. – 79 с.

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор **Г.А. Ефимова**;
доктор экономических наук, профессор **Н.П. Ильин**

Учебное пособие предназначено для освоения курса «Поведение потребителей» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело. Пособие также адресовано студентам агробиологических и экономических факультетов аграрных вузов, специалистам по рынкам, научным работникам.

Учебный материал адаптирован к российским особенностям и разрабатывался с учетом требований государственного образовательного стандарта по данной дисциплине. В целях лучшего усвоения пройденного материала в разделах приведены вопросы для закрепления пройденного материала, в конце пособия представлены варианты тестов для самопроверки, кейс-задача и глоссарий, которые позволяют обучающимся самостоятельно осуществлять оперативный контроль за усвоением материала.

Учебное пособие рекомендовано к изданию и публикации на электронном носителе для включения в информационные ресурсы университета согласно лицензионному договору Учебно-методическим советом СПбГАУ, протокол №3 от 18 апреля 2018 г.

© Семилетова Я.И., 2018
© ФГБОУ ВО СПбГАУ, 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Модуль 1. Поведение потребителей и маркетинг	6
1. Значение и содержание поведения потребителей.....	6
Модуль 2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей	10
1. Влияние культуры на поведение потребителей.....	10
2. Социальные классы и поведение потребителей.....	13
3. Влияние групп и групповых коммуникаций.....	15
4. Семья и домашнее хозяйство.....	19
5. Влияние ситуации на поведение потребителей.....	24
Модуль 3. Факторы внутреннего влияния на поведение потребителей	25
1. Обработка информации и обучение.....	25
2. Знание и отношение потребителей.....	28
3. Ресурсы потребителей.....	30
4. Мотивация, личность, персональные ценности и стиль.....	32
Модуль 4. Процесс принятия решения потребителями	42
1. Особенности принятия решения потребителем.....	42
2. Осознание потребности и поиск информации.....	45
3. Оценка вариантов перед покупкой.....	47
4. Покупка.....	50
5. Процессы после покупки.....	52
Модуль 5. Организационное поведение потребителей	57
1. Поведение потребителей на рынке организаций.....	57
Тестовые задания	62
Задачи	69
Глоссарий	76
Литература	79