

Т. Н. Байбардина
Г. Н. Кожухова

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Практикум

*Допущено Министерством образования
Республики Беларусь в качестве учебного пособия
для студентов высших учебных заведений
по специальности «Маркетинг»*

Минск



«Издательство Гревцова»

2011

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	4
1. Содержание тем курса	6
<i>Тема 1. Роль потребителя в системе маркетинга, цель и задачи изучения потребителей</i>	<i>6</i>
<i>Тема 2. Потребности и мотивации, формирующие покупательское поведение</i>	<i>7</i>
<i>Тема 3. Моделирование покупательского поведения</i>	<i>9</i>
<i>Тема 4. Покупательское поведение индивидуального потребителя, его моделирование</i>	<i>10</i>
<i>Тема 5. Покупательское поведение предприятий-потребителей, его моделирование</i>	<i>12</i>
<i>Тема 6. Исследование рынка потребителей</i>	<i>14</i>
<i>Тема 7. Лояльность потребителей, методы ее оценки</i>	<i>17</i>
<i>Тема 8. Потребитель будущего</i>	<i>19</i>
2. Глоссарий	21
3. Тесты по курсу	27
4. Задания по курсу	37
5. Кейсы	75
6. Наглядные пособия по курсу	117
Литература	136