**АУДИТОРНА Контрольна робота з дисципліни**

**«Поведінка споживача»**

**для студентів факультету економіки та менеджменту**

**заочної форми навчання**

**Змістовий модуль 1.Теоретичні основи споживчої поведінки на ринку**

Тема 1. Поведінка споживача в умовах економічного обміну

Тема 2. Поняття, структура і сутність поведінки споживача

Тема 3. Консюмеризм. Захист прав споживачів

Тема 4. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживача

Тема 5. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживача

**Змістовий модуль 2. Моделювання споживчої поведінки**

Тема 6. Процес прийняття рішень індивідуальним споживачем

Тема 7. Процес прийняття рішень промисловим споживачем

Тема 8. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживача

Тема 9. Поведінкова реакція покупців

Тема 10. Якісні дослідження поведінки споживача

Тема 11. Кількісні дослідження поведінки споживача

**Теоретичні питання**

1. Характеристика та роль споживача з позиції сучасного маркетингу.
2. Сутність понять «споживач», «покупець», «клієнт». Типи споживачів.
3. Значення вивчення поведінки споживача для суб’єктів ринку.
4. Еволюція розвитку поведінки споживача.
5. Фундаментальні принципи дослідження поведінки споживача.
6. Моделі поведінки споживачів.
7. Сегментація споживачів: значення, поняття, принципи, основні методи.
8. Поняття, основний зміст та роль консюмеризму в системі ринкових відносин.
9. Основні права споживачів на безпеку, інформацію, вибір товару (послуги), відшкодування збитків, чисте навколишнє середовище.
10. Програми захисту прав споживачів у світі.
11. Стан захисту прав споживачів в Україні.
12. Закон України «Про захист прав споживачів».
13. Фактори зовнішнього впливу на поведінку споживача.
14. Вплив соціокультурних змінних на споживчу поведінку.
15. Фактори соціального впливу.
16. Вплив сім’ї та домогосподарства на поведінку споживачів.
17. Способи впливу референтних груп на поведінку споживача. Лідери громадської думки.
18. Ситуаційні фактори. Характеристики споживацьких ситуацій.
19. Фактори внутрішнього впливу на поведінку споживача
20. Методи мотивації споживачів.
21. Лояльність споживачів: поняття, методи вимірювання, способи управління.
22. Потреби споживачів, їх класифікація.
23. Емоції. Способи впливу емоцій на поведінку споживачів.
24. Методи дослідження цінностей споживачів.
25. Шкали цінностей споживачів RVS, SVS.
26. Теорія споживчих цінностей Шета-Ньюмена-Гросса.
27. Стиль життя споживачів. Методики вимірювання стилю життя.
28. Система VALS. Система LOV.
29. Знання, наміри, ресурси споживачів.
30. Етапи процесу прийняття рішень індивідуальним споживачем, їх характеристика..
31. Підходи до процесу прийняття рішень.
32. Класифікація ризиків (несприятливих наслідків), які сприймає споживач при ухвалені рішення про купівлю товару (послуги).
33. Загальні риси купівельної поведінки нових споживачів.
34. Особливості поведінки споживача на фармацевтичному ринку.
35. Етапи процесу прийняття рішення промисловим споживачем про закупівлю товарів, їх характеристика.
36. Основні концепції управління закупівлею товарів промисловим споживачем.
37. Управління взаємовідносинами зі споживачами (CRM- системи): визначення, основні засоби. Типи CRM-систем.
38. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживача
39. Вплив асортиментної, товарної політики підприємства на поведінку споживачів.
40. Детермінанти успіху роздрібної торгівлі, їх характеристика.
41. Етапи споживчої логістики, їх характеристика.
42. Вплив ціни товару та знижок на поведінку споживачів.
43. Методи цінового стимулювання споживачів.
44. Маркетингові комунікацій та їх вплив на поведінку споживача.
45. Методи рекламного впливу на поведінку споживачів
46. Методи стимулювання споживачів.
47. Рівні поведінкової реакції покупців.
48. Концепція ставлення. Стратегії, спрямовані на зміну ставлення споживачів.
49. Якісні та кількісні методи дослідження поведінки споживача

**Типові ПРАКТИЧНІ завдання**

**Завдання 1**

За відповідними даними побудувати сітку сегментації споживачів товарів (послуг).

**Завдання 2**

Навести приклади впливу забобонів, культурних цінностей на поведінку споживачів.

**Завдання 3**

Скласти маркетингову модель родини, яка здійснює покупки товарів (послуг)

**Завдання 4**

На прикладі конкретного товару (послуги) описати чинники, які впливають на поведінку споживача залежно від етапів життєвого циклу їх сім'ї.

**Завдання 5**

На конкретних прикладах рекламних кампаній описати форми мотиваційних конфліктів**.**

**Завдання 7**

Запропонувати джерела знань споживача певних категорій товару.

**Завдання 8**

Визначити поведінкові відмінності споживачів різних соціальних класів на кожній стадії процесу прийняття рішення про купівлю певного товару (послуги).

**Завдання 9**

Розрахувати оптимальну величину партії закупівлі товарів промисловим споживачем.

**Завдання 10**

Визначити переваги споживачів при виборі товару, що керуються різними моделями прийняття рішення.

**Завдання 11**

Розрахувати коефіцієнти цінової еластичності попиту на певний товар та визначити характер попиту і реакцію споживачів на зміну ціни.

**Завдання 12**

На конкретному прикладі визначити метод рекламного впливу на поведінку споживача.

**Завдання 13**

Визначити ставлення споживачів до товару (торгової марки) методом ідеальної точки, Фішбейна.

**Завдання 14**

Розробити і побудувати семантичний диференціал товару.

**Завдання 15**

Розрахувати рівень проникнення на ринок певного товару для різних груп споживачів.

**Завдання 16**

Визначити лояльність споживачів до певних торгових марок.

**Завдання 17**

Розрахувати динаміку індексу купівельної спроможності споживачів фармацевтичного товару.

**Рекомендована література**

**Базова**

* + - 1. Матеріали для самостійної роботи студентів з дисципліни «Поведінка споживача», які розміщені на сайті Центру дистанційних технологій навчання НФАУ – режим доступу: <http://www.pharmel.kharkiv.edu/>.

1. Алешина И.В. Поведение потребителей. – М.: Фаир-пресс, 2007. – 376 с.
2. Блэкуэлл Б. Поведение потребителей / Блэкуэлл Б., Миниард П., Энджел Дж. Изд.10-е. - СПб.: Питер, 2007. - 944 с.
3. Закон України «Про захист прав споживачів».
4. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Жан-Жак. Ламбен; [перев. с англ.]; под ред. В.Б. Колчанова. - СПб.: Питер, 2004. – 800 с.
5. Окландер М.А. Поведінка споживача: навч. посіб. / М.А. Окландер, І.О. Жарська. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 208 с.
6. Поведение потребителей: учебн. пособ. для студ.вузов / Мнушко З.Н., Ольховская А.Б. – Х.: Изд-во НФаУ, 2007. – 156 с.
7. Соломон Майкл Р. Поведение потребителя. Искусство и наука побеждать на рынке. - СПб.: ООО «ДиаСофтЮП», 2003. - 784 с.
8. Фоксолы Г., Голдсмит Р., Браун С. Психология потребителя в маркетинге. - СПб: Питер, 2001. - 352 с.