



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ  
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «Маркетинга и инженерной экономики»

**Методические указания**  
к контрольной работе  
по дисциплине  
**«Поведение потребителей»**

Автор  
Хан Р.С.



Ростов-на-Дону, 2019



## Аннотация

Методические указания предназначены для обучающихся, изучающих дисциплину «Поведение потребителей».

## Автор

К.э.н.,  
Доцент кафедры  
«Маркетинг и инженерная  
экономика»  
Хан Р.С.





## Оглавление

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
<b>СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ .....</b>	<b>4</b>

## ВВЕДЕНИЕ

Контрольная работа по дисциплине «Поведение потребителей» направлена на выработку у студентов знаний об основах поведения потребителей.

Методика выполнения контрольной работы строится на знании студентами соответствующих разделов дисциплины «Поведение потребителей».

Отчет о выполнении контрольной работы составляется в соответствии с требованиями вуза и защищается преподавателю кафедры, ведущему данную дисциплину, в установленные графиком сроки.

### Содержание контрольной работы

Контрольная работа по дисциплине «Поведение потребителей» выполняется на основе систематизации данных литературных источников, а также анализа покупательского поведения при выборе определенного продукта.

Допускается выбор одной темы несколькими обучающимися при согласовании с преподавателем. Также обучающийся может предложить свою тему, согласовав ее с преподавателем.

Примерные темы рефератов:

1. Практика исследований неосознаваемого в потребительском поведении.
2. Дети как потребители: зарубежный и российский опыт.
3. Гендерные особенности влияния рекламы на потребительское поведение.
4. Потребительское поведение на рынке товаров класса люкс: опыт исследований.
5. Маркетинг, мода, потребитель.
6. Подарок как товар, даритель как покупатель и потребитель.
7. Процесс принятия решения о покупке недвижимости: опыт эмпирических исследований.
8. Эмоциональный аспект потребительского опыта.
9. Потребительский опыт и розничная торговля: практика исследований.
10. Субкультура в потребительском поведении.
11. Процесс семейного принятия решения о покупке товара длительного пользования.
12. Смысл и значение продукта для потребителей.
13. Влияние референтной группы на потребление продукта или услуги.
14. Определение уровня субъективного потребительского риска и его источников.
15. Качество, цена и ценность продукта глазами потребителей.
16. Феномен шопинга.
17. Потребительство (консюмеризм) как образ жизни.
18. Товар как социальный конструкт.
19. Брендинг: от торговой марки к феномену массового сознания.

Контрольная работа выполняется в формате реферата и включает следующие разделы:

Введение

1. Теоретические аспекты (в рамках выбранной темы)
2. Потребители на рынке продукта (в рамках выбранного продукта).
3. Покупательское поведение при выборе продукта (в рамках выбранного продукта).

Заключение

Список использованных источников

Приложение. Формы для наблюдения.

Во введении описывается актуальность выбранной темы и причины, побудившие взять для рассмотрения именно данную тему.

В первой части работы дается обзор теоретических аспектов рассматриваемой темы с использованием различных литературных источников. При этом должно быть использовано не менее 5 литературных источников, ссылки на которые в обязательном порядке даются в соответствии с правилами оформления работ.

Во второй части работы проводится анализ потребителей конкретного продукта. Вид продукта для анализа выбирается студентом самостоятельно. В работе должно быть дано краткое описание анализируемого продукта, описана статистика продаж, конкурирующие марки, сегменты потребителей, дана иная информация, полученная обучающимся и относящаяся к теме.

В третьей части работы обучающийся должен описать процесс принятия потребителем решения о покупке, основываясь на проведенном наблюдении в торговых точках. Обучающимся должна быть разработана форма для наблюдения и проведено наблюдение, как минимум, за 10 потребителями, находящимися в процессе выбора продукта. Полученные данные должны быть оформлены в таблицы, рисунки и проанализированы. Заполненные формы для наблюдения прикладываются к контрольной работе.

В заключении даются краткие выводы по проведенному анализу.

В приложении даются заполненные формы для наблюдения.