**Практичне заняття 6.**

**Поняття, структура і сутність поведінки споживача**

1. Мікроекономічний підхід до моделювання поведінки споживачів.
2. Психологічний підхід до вивчення поведінки споживачів.
3. Соціологічні та інтегровані підходи до вивчення поведінки споживачів

***Тестові завдання***

1. Всіх клієнтів – споживачів послуг можна розділити:

А) клієнти споживчого ринку;

Б) безробітні;

В) корпоративні клієнти;

Г) ваш варіант

1. Фактори, що впливають на купівельну поведінку:

А) здоров’я;

Б) престиж;

В) комфорт;

Г) ціна;

Д) бажання

1. Турбота про здоров’я сприяє виживанню, а також успіху в кар’єрі, особистому житті. Здорові люди мають значно більше потенційних можливостей практично по всіх напрямках діяльності і тому готові платити великі гроші за можливість відновлення і підтримки свого здоров’я.

А) так;

Б) ні.

1. Про який фактор впливу йдеться у тексті

«Бажано дати відчути покупцеві усі переваги товару. Необхідно розповісти покупцеві про наявність сервісу у післяпродажний період детально»

А) престиж;

Б) комфорт;

В) вигода;

Г) ваш варіант

1. «… - це дуже привабливий стимул для придбання товару»

А) бажання;

Б) престиж;

В) вигода;

Г) комфорт

***Практичне завдання***

Скласти портрет споживача