

Заповнити пропуски:

1. Споживач ухвалює рішення про покупку, керуючись _____, які можуть бути раціональними або емоційними.
2. Культура впливає на поведінку споживачів через систему _____, традицій та норм.
3. Якщо товар є статусним, його попит може зростати зі зростанням _____.
4. Соціальні чинники, такі як _____, можуть впливати на формування споживчих звичок.
5. Якщо товари є взаємозамінними, то зі зростанням ціни одного з них попит на інший _____.
6. У періоди економічної нестабільності споживачі частіше обирають _____ бренди та знижують витрати на розваги.
7. Емоційна прив'язаність до бренду може виникати внаслідок позитивного _____ із продуктом.
8. Референтні групи впливають на поведінку споживачів, формуючи їхні _____ про товари.
9. Припущення теорії поведінки споживача ґрунтуються на принципі, що люди діють у межах _____.
10. Якщо товар має високу еластичність попиту, то навіть незначне підвищення його ціни може _____.

Встановити відповідність між термінами та їх визначеннями:

I.

Термін	Визначення
1. Соціальне порівняння	А) Готовність споживача до зміни бренду через знижки чи рекламу.
2. Імпульсивна покупка	В) Процес, у якому людина оцінює власні можливості порівняно з іншими.
3. Лояльність до бренду	С) Незапланована покупка, викликана раптовим бажанням.
4. Споживчий кошик	Д) Сукупність товарів і послуг, необхідних для задоволення потреб.
5. Демографічні фактори	Е) Характеристики населення, такі як вік, стать, рівень освіти.

II.

Термін	Визначення
1. Вибіркова увага	А) Схильність людей помічати тільки ту інформацію, яка підтверджує їхні переконання.
2. Споживча поведінка	В) Дії, пов'язані з купівлею, використанням та утилізацією товарів та послуг.
3. Соціальне наслідування	С) Схильність людей копіювати поведінку інших у процесі споживання.
4. Ефект володіння	Д) Психологічна тенденція цінувати речі більше, якщо вони вже належать людині.

Обрати правильний варіант відповіді:

1. Який з чинників належить до культурних?
 - А) Рівень доходу
 - В) Соціальний статус
 - С) Національні традиції
 - Д) Спосіб оплати товару
 - Е) Референтні групи
2. Як споживачі зазвичай поведуться у періоди економічної нестабільності?

- A) Частіше купують дорогі товари
 - B) Витрачають більше грошей на розваги
 - C) Скорочують витрати та переходять на бюджетні варіанти
 - D) Купують більше імпульсивних товарів
 - E) Не змінюють своєї поведінки
3. Що таке ефект ореолу?
- A) Вплив першого враження про продукт на подальше ставлення до нього
 - B) Прагнення споживачів купувати товари у великих кількостях
 - C) Зменшення корисності товару після багаторазового використання
 - D) Готовність купувати товари тільки відомих брендів
 - E) Орієнтація на найдешевший товар на ринку
4. Який чинник найменше впливає на рішення про покупку товарів класу люкс?
- A) Соціальний статус
 - B) Якість продукції
 - C) Практичність товару
 - D) Унікальність дизайну
 - E) Емоційна складова
5. Який з наведених чинників є демографічним?
- A) Рівень освіти
 - B) Емоційний стан покупця
 - C) Доступність товару
 - D) Вплив друзів на вибір товару
 - E) Дизайн упаковки

Порівняйте традиційні концепції маркетингу

Концепція	Основна ідея	Фокус компанії	Переваги	Недоліки
Виробнича				
Товарна				
Збутова				
Маркетингова				
Соціально-етична				

Наведіть приклади компаній, які застосовують кожен з цих концепцій у сучасному бізнесі.