**Поведінка цільових аудиторій (1).**

1. Поведінка споживача.

2. Поведінка соціально-економічна.

**▲**Поведінка цільової аудиторії є найважливішим об’єктом дослідження основних суб’єктів консалтингової діяльності, оскільки вона впливає на зміст, форми, канали, контент інформаційного продукту.

**Поведінкою споживача** називають діяльність, спрямовану на отримання, споживання й розпорядження продуктами і послугами, включаючи процеси прийняття рішень, які передують цим діям, супроводжують їх після них. Основним елементом означеного різновиду поведінки цільової аудиторії є споживання як використання корисних властивостей певного блага, поєднане із задоволенням особистих потреб людини і зниженням вартості блага.

Як зазначають дослідники зв’язків із громадськістю та реклами, на соціальну активність в цілому й поведінку споживача зокрема впливають зовнішні і внутрішні фактори, систематичне вивчення й врахування яких забезпечує успіх комунікативної діяльності (табл. 1).

Таблиця 1.

Фактори, які визначають поведінку споживача

|  |  |
| --- | --- |
| внутрішні | зовнішні |
| потреби, інтереси, бажання | вік, стать, рівень освіти |
| можливості людини | доходи людини |
| попит | міжособистісні взаємодії, вплив референтних груп, |
| очікування й орієнтації | форми й обсяг споживання |
| отримані переваги | соціальні навички, якості, інноваційні практики |

**▲**Вплив власних і групових економічних інтересів сприяє задоволенню потреб та зумовлює **соціально-економічну поведінку** (рис.4).

Рис. 4. Різновиди соціально-економічної поведінки

Дослідження соціально-економічної поведінки дозволяє визначити експліцитні й імпліцитні стимули та мотиви, які сприяють задоволенню певних потреб, виявити закономірності, що зумовлюють обрання доцільних методів управління

**♦ Т. 4.**

1. Як називається діяльність, спрямована на отримання, споживання й розпорядження продуктами і послугами, включаючи процеси прийняття рішень, які передують цим діям, супроводжують їх після них?

2. Назвіть основний елемент поведінки споживача.

3. Назвіть внутрішні фактори, які впливають на активність людини, визначаючи поведінку споживача.

4. Назвіть зовнішні фактори, які впливають на активність людини, визначаючи поведінку споживача.

5. Що репрезентує суб’єктивний план поведінки споживача?

6. Що репрезентує об’єктивний план поведінки споживача?

7. Яку назву отримує різновид соціально-економічної поведінки, який пов’язаний зі збереженням та відтворенням людського життя?

8. Яку назву отримує різновид соціально-економічної поведінки, який виявляється у різних переміщеннях працівників?

9. Яку назву отримує різновид соціально-економічної поведінки, який характеризується поведінкою працівників на робочих місцях, певним ставленням до праці?

10. Яку назву отримує різновид соціально-економічної поведінки, який втілює суб’єктивну складову діяльності населення у приватному секторі?

?

Розкажіть про поведінку споживача і необхідність її дослідження.

Назвіть і схарактеризуйте основні фактори, які впливають на поведінку споживача.

Розкажіть про соціально-економічну поведінку та специфіку її функціонування. Якими є різновиди соціально-економічної поведінки?

Розкажіть про соціальну дистанцію та її різновиди. Відповідь проілюструйте прикладами.

**■**

Проаналізуйте поведінку споживача певної цільової аудиторії. Результати аналізу обґрунтуйте конкретними даними.

**\***

1. Коник Д. Стратегічні комунікації. – К., 2016.

2. Моісеєв В. Паблік рилейшнз – засіб соціальної комунікації. – К., 2002.

3. Уотсон Т., Нобл П. Методи оцінки ПР-підрозділів компанії. – Дніпро, 2006.