



Психология и поведение потребителей.э

- 1 Реклама как коммуникация – это ...
- 2 Психология рекламы объясняет ...
- 3 Предмет психологии рекламы – это изучение ...
- 4 С точки зрения психологии, рекламная деятельность – это общение и взаимодействие, как непосредственное, так и опосредствованное, это один из видов активности людей и одновременно ...
- 5 Социокультурные аспекты рекламной деятельности тесно связаны с ...
- 6 Self-image – это имидж, в котором ...
- 7 Человеку, покупающему в магазине понравившуюся вещь, очень важно знать, что он ...
- 8 Как правило, человек покупает товар из категории элитных для того, чтобы ...
- 9 Принцип обратной связи с точки зрения психологии позволяет ...
- 10 Теорию «Я-концепции», включающую в себя не только наши убеждения в том, кто мы сейчас, но также и то, кем мы могли бы стать, в т.ч. после совершения покупки, разрабатывали ...
- 11 Изучение метода убеждения в телерекламе занималась психолог ...
- 12 Одним из отечественных исследователей и технологов рекламы и PR, разработавших систему психологических воздействий, основанную на использовании стереотипов, является ...
- 13 Моделирование технологии «25-го кадра» проводилось в Психологическом Агентстве Рекламных Исследований (ПАРИ) Л. Волковой и С. Сергеевым в ...
- 14 ... термин «репрезентативная система» понимается как система, кодирующая в нашем сознании сенсорную информацию, поступающую к нам через органы зрения, слуха, осязания, вкуса и обоняния...





- 15) Пример «силового» стоппера в рекламе – ...
- 16) В 1961 году американским рекламистом Расселлом Колли была предложена модель структуры психологического воздействия рекламы на потребителей ...
- 17) Приверженное отношение – это ...
- 18) Потребительское движение появилось в ...
- 19) Движение потребителей приняло международный характер в ...
- 20) Г.С. Мельник выделил пять типов потребителей – «суперконсерваторы», «умеренные консерваторы», «умеренные новаторы», «новаторы» и «суперноваторы», к последним относя людей, ...
- 21) Технология психологического воздействия на покупателя, в основе которой лежат не прямые психологические механизмы воздействия, а косвенные, в частности «механизм изменения мотивации», называется ...
- 22) Термин «опредмечивание потребностей», широко используемый в маркетинге и рекламе для объяснения потребительского поведения и связанный с возникновением мотивов, предложен психологом ...
- 23) На низшем уровне пирамиды потребностей А. Маслоу расположены ...
- 24) Склонность потребителей с особым вниманием относится к тем товарам, которые уже имеют общественное признание, называется ...
- 25) Идею о том, что в будущем поведение людей станет определяться электронными средствами массовой информации и коммуникации, выдвигали:
- 26) Одной из форм заблуждения, активно используемой для формирования у потребителя приверженности к бренду, является возникновение ...
- 27) Чтобы преодолеть негативный фактор взаимного социального влияния в экспертных группах, коллективно принимающих важные решения, используется метод ...





- 28) Группа потребителей, отличающихся сходными поведенческими реакциями или потребностями и одинаково реагирующих на отдельные возбудители (маркетинговые инструменты), называется ...
- 29) Действия, имеющие непосредственное отношение к приобретению (покупке) и потреблению продукта или услуги, а также действия, предшествующие им и следующие за ними, называются ... потребителей
- 30) Индивидуальные потребители как категория одиноких граждан, приобретающих товары исключительно для личного пользования, составляют ... часть от взрослого населения
- 31) Результат взаимодействия экономических, культурных и социальных сил, оказывающих давление на человеческие качества, называется ...
- 32) Разработка и создание имиджа товара таким образом, чтобы он занял в сознании покупателя достойное место, отличающееся от положения товаров-конкурентов, называется ...
- 33) Первой стадией совершения покупки является ...
- 34) Наибольшей силой воздействия на потребителя обладает ...
- 35) Условия, в которых потребители приобретают товары и услуги, называются ситуациями ...
- 36) Процесс, в результате которого потребитель извлекает интересующую информацию из памяти, называется ...
- 37) Специфическое содержание поиска информации, предваряющее предстоящую покупку, называется ... поиска
- 38) Покупку, при которой продукт и марку покупатель выбирает на месте продажи, называют ...
- 39) Суждение покупателя о том, что приобретенный продукт отвечает его требованиям или даже превосходит их, называют ... покупателя
- 40) Качество товара, которое желает получить потребитель, называется ... качеством
- 41) Для удовлетворенных покупателей уровень повторных покупок составляет свыше ...





- 42) Право и возможность в рамках имеющихся средств приобретения всего, что потребителю нужно для потребления, свободного выбора продавца, места, времени и других условий приобретения – это ...
- 43) Маркетинг, который не нарушает прав человека и направлен на полное удовлетворение запросов различных групп потребителей, – это ...
- 44) Реклама как коммуникация – это ...
- 45) Психология рекламы объясняет ...
- 46) Предмет психологии рекламы – это изучение ...
- 47) С точки зрения психологии, рекламная деятельность – это общение и взаимодействие, как непосредственное, так и опосредствованное, это один из видов активности людей и одновременно ...
- 48) Социокультурные аспекты рекламной деятельности тесно связаны с ...
- 49) Self-image – это имидж, в котором ...
- 50) Человеку, покупающему в магазине понравившуюся вещь, очень важно знать, что он ...
- 51) Как правило, человек покупает товар из категории элитных для того, чтобы ...
- 52) Принцип обратной связи с точки зрения психологии позволяет ...
- 53) Теорию «Я-концепции», включающую в себя не только наши убеждения в том, кто мы сейчас, но также и то, кем мы могли бы стать, в т.ч. после совершения покупки, разрабатывали ...
- 54) Изучение метода убеждения в телерекламе занималась психолог ...
- 55) Одним из отечественных исследователей и технологов рекламы и PR, разработавших систему психологических воздействий, основанную на использовании стереотипов, является ...
- 56) Моделирование технологии «25-го кадра» проводилось в Психологическом Агентстве Рекламных Исследований (ПАРИ) Л. Волковой и С. Сергеевым в ...





- 57) ... термин «репрезентативная система» понимается как система, кодирующая в нашем сознании сенсорную информацию, поступающую к нам через органы зрения, слуха, осязания, вкуса и обоняния...
- 58) Пример «силового» стоппера в рекламе – ...
- 59) В 1961 году американским рекламистом Расселлом Колли была предложена модель структуры психологического воздействия рекламы на потребителей ...
- 60) Приверженное отношение – это ...
- 61) Потребительское движение появилось в ...
- 62) Движение потребителей приняло международный характер в ...
- 63) Г.С. Мельник выделил пять типов потребителей – «суперконсерваторы», «умеренные консерваторы», «умеренные новаторы», «новаторы» и «суперноваторы», к последним относя людей, ...
- 64) Технология психологического воздействия на покупателя, в основе которой лежат не прямые психологические механизмы воздействия, а косвенные, в частности «механизм изменения мотивации», называется ...
- 65) Термин «опредмечивание потребностей», широко используемый в маркетинге и рекламе для объяснения потребительского поведения и связанный с возникновением мотивов, предложен психологом ...
- 66) На низшем уровне пирамиды потребностей А. Маслоу расположены ...
- 67) Склонность потребителей с особым вниманием относится к тем товарам, которые уже имеют общественное признание, называется ...
- 68) Идею о том, что в будущем поведение людей станет определяться электронными средствами массовой информации и коммуникации, выдвигали:
- 69) Одной из форм заблуждения, активно используемой для формирования у потребителя приверженности к бренду, является возникновение ...





- 70) Чтобы преодолеть негативный фактор взаимного социального влияния в экспертных группах, коллективно принимающих важные решения, используется метод ...
- 71) Группа потребителей, отличающихся сходными поведенческими реакциями или потребностями и одинаково реагирующих на отдельные возбудители (маркетинговые инструменты), называется ...
- 72) Действия, имеющие непосредственное отношение к приобретению (покупке) и потреблению продукта или услуги, а также действия, предшествующие им и следующие за ними, называются ... потребителей
- 73) Индивидуальные потребители как категория одиноких граждан, приобретающих товары исключительно для личного пользования, составляют ... часть от взрослого населения
- 74) Результат взаимодействия экономических, культурных и социальных сил, оказывающих давление на человеческие качества, называется ...
- 75) Разработка и создание имиджа товара таким образом, чтобы он занял в сознании покупателя достойное место, отличающееся от положения товаров-конкурентов, называется ...
- 76) Первой стадией совершения покупки является ...
- 77) Наибольшей силой воздействия на потребителя обладает ...
- 78) Условия, в которых потребители приобретают товары и услуги, называются ситуациями ...
- 79) Процесс, в результате которого потребитель извлекает интересующую информацию из памяти, называется ...
- 80) Специфическое содержание поиска информации, предваряющее предстоящую покупку, называется ... поиска
- 81) Покупку, при которой продукт и марку покупатель выбирает на месте продажи, называют ...
- 82) Суждение покупателя о том, что приобретенный продукт отвечает его требованиям или даже превосходит их, называют ... покупателя
- 83) Качество товара, которое желает получить потребитель, называется ... качеством





- 84) Для удовлетворенных покупателей уровень повторных покупок составляет свыше ...
- 85) Право и возможность в рамках имеющихся средств приобретения всего, что потребителю нужно для потребления, свободного выбора продавца, места, времени и других условий приобретения – это ...
- 86) Маркетинг, который не нарушает прав человека и направлен на полное удовлетворение запросов различных групп потребителей, – это ...
- 87) Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью потребителя – это ...
- 88) ... предложил реестр человеческих потребностей, в которых выделены: первичные и вторичные потребности; позитивные и негативные потребности; явные и скрытые потребности; осознанные и неосознанные потребности
- 89) Результат взаимодействия экономических, культурных и социальных сил, оказывающих давление на человеческие качества, называется ...
- 90) Разработка и создание имиджа товара таким образом, чтобы он занял в сознании покупателя достойное место, отличающееся от положения товаров-конкурентов, называется ...
- 91) Первой стадией совершения покупки является ...
- 92) Наибольшей силой воздействия на потребителя обладает ...
- 93) Условия, в которых потребители приобретают товары и услуги, называются ситуациями ...
- 94) Процесс, в результате которого потребитель извлекает интересующую информацию из памяти, называется ...
- 95) Специфическое содержание поиска информации, предваряющее предстоящую покупку, называется ... поиска
- 96) Покупку, при которой продукт и марку покупатель выбирает на месте продажи, называют ...
- 97) Суждение покупателя о том, что приобретенный продукт отвечает его требованиям или даже превосходит их, называют ... покупателя
- 98) Качество товара, которое желает получить потребитель, называется ... качеством





- 99) Для удовлетворенных покупателей уровень повторных покупок составляет свыше ...
- 100) Право и возможность в рамках имеющихся средств приобретения всего, что потребителю нужно для потребления, свободного выбора продавца, места, времени и других условий приобретения – это ...
- 101) Маркетинг, который не нарушает прав человека и направлен на полное удовлетворение запросов различных групп потребителей, – это ...

