

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИАЛЬНЫХ НАУК
Кафедра социальной коммуникации

СТЕПОВАЯ Кристина Денисовна

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВЛИЯНИЯ
НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Дипломная работа
АННОТАЦИЯ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Научный руководитель:
Ефимова Надежда Викторовна
кандидат философских наук,
доцент

Минск, 2022

АННОТАЦИЯ

Объект исследования дипломной работы – конечные потребители товаров и услуг, приобретающие товары в сетях магазинов. Предмет исследования дипломной работы – практика участия конечных потребителей товаров и услуг в акциях сетевых торговых организаций. Цель дипломной работы – анализ и оценка вопросов, связанных с технологиями, влияющими на поведение потребителей, их исследование и выделение практических путей использования результатов исследования на примере ООО «Евроопт».

Методологическую основу дипломной работы составили системный подход, абстрактно-логический анализ, наблюдение, описание, сравнение, онлайн опрос в форме анкетирования.

В результате проведенного исследования, мы собрали материал, который позволяет на практическом примере продемонстрировать широкие возможности влияния акционной стратегии компании на поведение потребителей (на примере компании ООО «Евроопт»). Также были рассмотрены понятия и сущность поведения потребителей, разновидности потребительского поведения, основные факторы оценки личности и поведения потребителей при совершении покупки, поведенческие характеристики, также был проведен глубокий анализ потребительского поведения. Были выявлены основные модели поведения потребителей, мотивы потребителя при принятии решения о покупке, а также факторы влияния на поведение потребителей.

Научная новизна исследования заключается в разработке теоретических и практических основ для построения стратегий применения современных технологий в качестве влияния на поведение потребителей. В настоящее время рынок товаров и услуг обширен и разнообразен, что обуславливает высокую конкуренцию. В данных условиях необходимо проводить упорную работу по привлечению и удержанию покупателей, для этого необходимо знать о современных технологиях влияния на поведение потребителей.

Результаты дипломной работы были получены на основании достоверных материалов и самостоятельно проведенных теоретических и практических исследований.

Ключевые слова: маркетинг, потребители, поведение потребителей, влияние, современные технологии, модели поведения, мотив, мотивация, факторы влияния, акция, акционная стратегия.