

OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Jméno autora: Ing. Juraszková Marcela

Datum vytvoření: 20. 6. 2012

Ročník: III.

Vzdělávací oblast: Obchodní provoz

Vzdělávací obor: Obchodník

Tematický okruh: Marketing a management

Téma: Vlivy působící na kupujícího

Číslo DUMu: VY_32_INOVACE_07_MM

Metodický list/anotace:

Výkladový materiál daného tématu jde propojit s diskusí se žáky.

Po probrání lze využít otázky a úkoly k procvičení – vytvořit zpětnou vazbu, zda je téma správně pochopeno.

Téma lze vyučovat i v jiných oborech.

Vlivy působící na kupujícího - „černá skříňka“

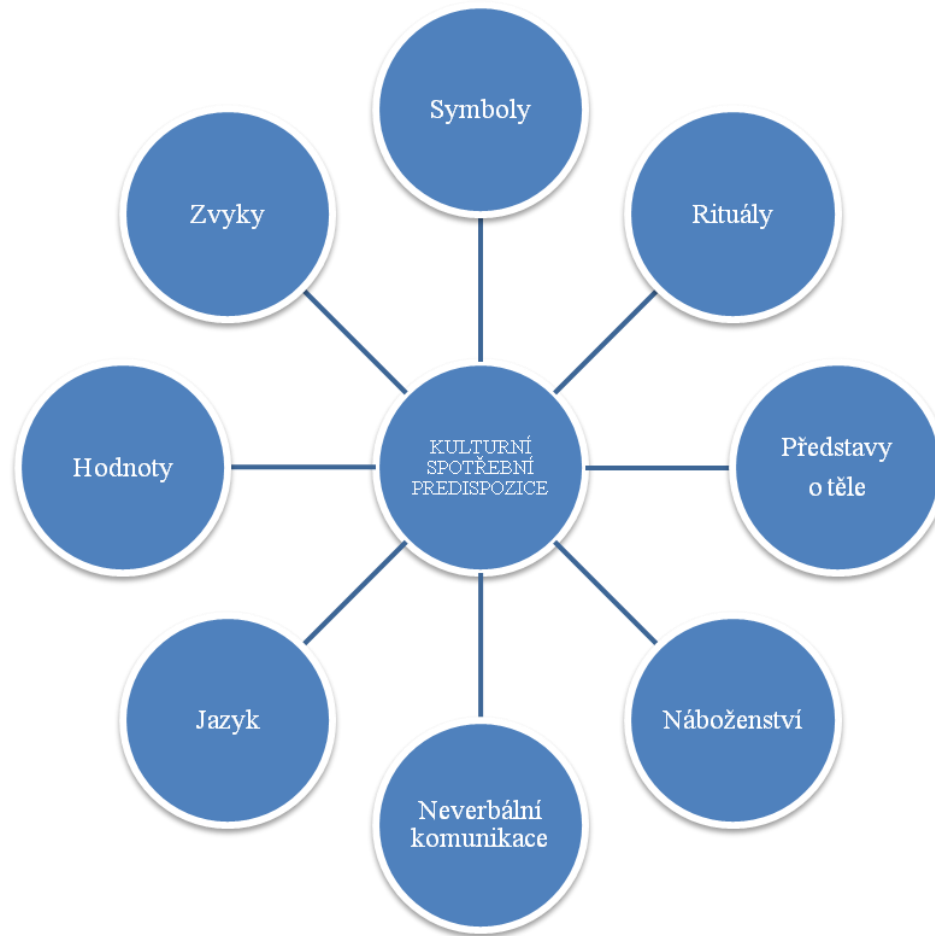
Kulturní faktory

Sociální faktory

Osobní faktory

Psychologické faktory

Kulturní prvky působící na spotřební chování



Rysy kultury

- Učíme se jí
- Dědíme jí
- Je sdílena, komunikována a přenášena členy určité společnosti nebo sociální skupiny
- Projevy kultury (humor, manželství, etika a etiketa, tanec, pohostinnost, stravování, zdravení, oblékání, chápání času, předávání dárků, návštěvy, hudba, jazyk, čistota, účes ...)

Sociální faktory

Skupiny primární

- Jedinec ve skupině plně angažován
- Silné citové vazby mezi členy
- Vztahy neformální a pravidelné

Sociální faktory

Sekundární skupiny

- Nepříliš silné citové vazby mezi členy
- Vztahy více formální

Osobní faktory

- Věk člověka
- Povolání
- Ekonomické podmínky
- Životní styl

Psychologické faktory

Motivace

Vnímání

- Selektivní pozornost
- Selektivní zkreslení
- Selektivní zapamatování

Zkušenost

Otázky a úkoly

1. Jaké lidové zvyky udržujete v rodině?
Co to znamená z marketingového pohledu pro výrobce a obchodníky?
2. Najděte příklady přenášení cizích kulturních spotřebních prvků do naší kultury (např. po roce 1989).

Otázky a úkoly

3. Který z faktorů ovlivňujících rozhodování spotřebitele působí v následujícím obrázku ze života?

Kamarád se Petrovi zmínil, že se stěhuje ze sídliště do nového rodinného domu v satelitní výstavbě. „To víš, na obchodní partnery to nepůsobí právě dobře, přivedu-li je do panelákového bytu“.

Otázky a úkoly

4. Vyhodnoťte Váš poslední nákup oblečení.

Jak byl ovlivněn motivy, vnímáním, učením, životním stylem, referenční skupinou?

Prameny

FORET, M., FORETOVÁ, V. *Jak komunikovat se zákazníkem*. Brno: Computer Press, 2000. ISBN 80-7226-301-3.

KOTLER, P. *Marketing Management*. Praha : Grada Publishing, 2005. ISBN 80-7169-600-5.

KOUDELKA, J. *Spotřební chování a marketing*. Praha : Grada Publishing, 1997. ISBN 80-7169-372-3.

SVĚTLÍK, J. *Marketing – Cesta k trhu*. Zlín : EKKA, 1992.

VYSEKALOVÁ, J. a kol. *Chování zákazníka*. Praha : Grada Publishing, 2008. ISBN 978-80-247-3528-3.