## ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ № 3

**Вплив групових комунікацій на споживача в процесі прийняття рішення про покупку**

Зміст завдання:

На прикладі вибраного товару проаналізувати і виявити особливості впливу групових комунікацій на споживчий вибір на етапах прийняття рішення про покупку товару. Обґрунтувати:

• типи референтних груп, які впливають на вибір споживача;

• тип впливу (інформаційний, нормативний, ідентифікаційний).

| Етап прийняття рішення про покупку | Тип референтної групи | Тип впливу та його детальна характеристика на прикладі товару _____ |
|---|---|---|
| Усвідомлення потреби | | |
| | | |
| | | |
| Пошук інформації | | |
| | | |
| | | |
| Оцінка альтернатив | | |
| | | |
| | | |
| Покупка | | |
| | | |
| | | |
| Оцінка на після купівельній стадії | | |
| | | |
| | | |