

**Самаркандский институт экономики и сервиса**  
**кафедра “Маркетинг”** перечень вопросов, выносимых на итоговый  
**контроль (тест) по дисциплине “Поведение потребителей” в осеннем**  
**семестре 2025/2026 учебного года**

1. Что такое иррациональное поведение в маркетинге?
2. Какой из следующих факторов может привести к иррациональному поведению потребителей?
3. Какой эффект часто наблюдается при покупке товаров в распродажу?
4. Что такое «эффект якоря»?
5. Какой из следующих факторов может вызвать «групповое мышление» у потребителей?
6. Какой из следующих примеров иллюстрирует иррациональное поведение?
7. Какой психологический эффект может влиять на восприятие цен?
8. Какой из следующих факторов может способствовать иррациональному выбору при покупке?
9. Какую роль играет эмоциональная реклама в иррациональном поведении?
10. Какое поведение потребителей может быть связано с эффектом «недоступности»?
11. Какой фактор чаще всего используется в маркетинге для создания эффекта срочности?
12. Что такое «эффект привязки» в поведении потребителей?
13. Какой фактор может усилить эффект «потерянных возможностей»?
14. Почему люди склонны платить больше за брендовые товары?
15. Как маркетологи используют «эффект социального доказательства»?
16. Какой фактор может снизить иррациональное поведение потребителей?
17. Что означает термин «когнитивный диссонанс» в маркетинге?
18. Какой из методов помогает минимизировать когнитивный диссонанс у покупателей?
19. Какой фактор может повлиять на импульсивные покупки?
20. Почему эффект «боязни упущенной выгоды» (FOMO) активно используется в маркетинге?
21. Какой из следующих аспектов не является частью модели принятия решений проблем?
22. Какой термин описывает процесс, когда потребители выбирают между несколькими продуктами?
23. Какой из следующих факторов может повлиять на восприятие цены?
24. Какой метод позволяет глубже понять мотивацию потребителей?
25. Что такое «пост покупочная оценка?»
26. Какой из следующих факторов является культурным?
27. Что такое «фактор риска» в поведении потребителей?
28. Какой из методов исследования поведения потребителей наиболее затратный по времени и ресурсам?
29. Что такое «имидж бренда?»

30. Какое из следующих утверждений верно для поведения потребителей?  
Мнение ...
31. Какую роль в потребительском поведении играет семья?
32. Каким образом семья влияет на покупательские предпочтения?
33. Что представляет собой референтная группа в контексте потребительского поведения?
34. Какую роль играют дети в потребительском поведении семьи?
35. Как референтная группа может повлиять на покупку модных товаров?
36. Каким образом семья влияет на процесс принятия решения о покупке?
37. Что может стать причиной изменения потребительского поведения в семье?
38. Как влияние друзей и коллег может отразиться на потребительском поведении?
39. Какой фактор из семейных влияний чаще всего учитывается при выборе товаров для детей?
40. Какую роль играет социальный статус семьи в потребительском поведении?
41. Какая из следующих потребностей по пирамиде Маслоу является наиболее базовой?
42. Какой из следующих факторов личности наименее связан с потребителем?
43. Какая эмоция чаще всего побуждает к импульсивным покупкам?
44. Какой из следующих маркетинговых инструментов наиболее эффективно?
45. Какой из следующих факторов не является мотивацией для потребителя при выборе товара?
46. Какая эмоция чаще всего связана с принятием решений о покупке дорогих товаров?
47. Что такое 360-градусный обзор клиента?
48. Что включает в себя потребительское поведение?
49. Какие факторы влияют на поведение потребителя?
50. Что такое ценность продукта для потребителя?
51. Что относится к психологическим факторам потребительского поведения?
52. Что влияет на восприятие ценности продукта?
53. Какая модель описывает процесс принятия решений потребителем?
54. Как измеряется удовлетворенность клиента?
55. Какой тип потребителя более склонен к спонтанным покупкам?
56. Что такое когнитивный диссонанс у покупателя?
57. Что означает «ценность за деньги»?
58. Какая из стратегий повышает восприятие ценности продукта?
59. Что влияет на формирование потребностей у покупателя?
60. Какую цель преследуют маркетинговые исследования потребительского поведения?
61. Референтная группа-это?

62. Какой тип референтных групп характеризуется личным взаимодействием?
63. Что является целью создания референтных групп?
64. Группы, чья информация считается надежной?
65. Какой тип семьи регулируется семейным правом?
66. Какая функция семьи связана с обучением детей, как сравнивать марки товаров?
67. Какой этап жизненного цикла семьи характеризуется наличием маленького ребенка?
68. Какая модель коммуникации основана на информации, поступающей через лидеров мнений?
69. Что мотивирует онлайн-потребителей, согласно тексту?
70. Какой из перечисленных факторов относится к психологическим?
71. Что является основой для принятия решения о покупке?
72. Какой фактор влияет на восприятие продукта?
73. Как эмоции влияют на покупку?
74. Что такое мотивация в контексте потребительского поведения?
75. Каково влияние восприятия на потребительский выбор?
76. Как называется процесс, в котором человек осознает свои потребности?
77. Как привычки влияют на покупки?
78. Что лежит в основе долгосрочной лояльности к бренду?
79. Что чаще всего формирует импульсивные покупки?
80. Кто является основателем теории предельной полезности?
81. Что определяет рыночную цену товара по теории предельной полезности?
82. Какая теория рассматривает целевые ориентиры потребления?
83. Кто из ученых изучал иерархию потребностей?
84. Какой термин описывает изменение спроса при изменении цены?
85. Кто считается основателем теории бихевиоризма?
86. На чем основана теория социального научения?
87. Какой подход утверждает, что поведение человека иррационально, но предсказуемо?
88. Какие факторы наиболее влияют на поведение потребителей?
89. Почему понимание психологии потребления важно для бизнеса?
90. Поведение потребителей-это:
91. Какой метод часто используется для изучения поведения потребителей?
92. Какой из следующих факторов не влияет на поведение потребителей?
93. Какой подход используется для анализа предпочтений потребителей?
94. Что изучает сегментация рынка ?
95. Какой из следующих методов сбора данных считается качественным?
96. Что такое «потребительская лояльность»?
97. Какой из следующих факторов является личным?
98. Какой из методов используется для количественного исследования поведения потребителей ?
99. Что такое «потребительский опыт»?
100. Какой фактор считается внутренним мотиватором?



101. Что из перечисленного способствует принятию решения о покупке?
102. Какой фактор наиболее влияет на выбор продукта питания?
103. Что из перечисленного определяет предпочтения в одежде?
104. Что означает термин «потребитель»?
105. Что является основной целью покупателя?
106. Как называется процесс выбора между различными товарами?
107. Что чаще всего влияет на решение о покупке?
108. Какой фактор считается личным в поведение потребителей?
109. Какую роль играет реклама в поведении потребителей?
110. Что такое «лояльность к бренду»?
111. Какой фактор влияет на покупку одежды в поведение потребителей?
112. Что означает «импульсивная покупка»?
113. Как называется группа людей, которые влияют на выбор покупателя?
114. Какую цель преследует покупатель?
115. Что такое "цена"?
116. Что такое "бренд"?
117. Как называется процесс получения информации о товаре перед покупкой?
118. Что из перечисленного может быть рекламным инструментом?
119. Какой фактор является социальным?
120. Что такое «реклама»?
121. Как называется процесс использования продукта?
122. Что такое «качество товара»?
123. Какая из этих эмоций чаще всего вызывает желание купить?
124. Что из перечисленного является примером личного фактора?
125. Какую роль играют скидки в решении о покупке?
126. Что влияет на восприятие товара?
127. Как называется процесс оценки товара после покупки?
128. Что из перечисленного относится к типу рекламы?
129. Какой фактор чаще всего влияет на выбор продукта питания?
130. Что такое «потребительские предпочтения»?
131. Что означает термин «товар»?
132. Какой фактор может быть культурным?
133. Что из перечисленного относится к эмоциональному фактору?

Заведующий кафедрой «Маркетинг»

Холмаматов Д.Х.