

Czynniki determinujące zachowania konsumentów na rynku dóbr kosmetycznych

Wstęp

Rozdział 1.

Zachowania konsumenckie

1.1. Pojęcie zachowań konsumenckich

1.2. Zachowania racjonalne i nieracjonalne

1.3. Procesy podejmowania decyzji przez konsumentów

Rozdział 2.

Klasyfikacja czynników wpływających na zachowania konsumentów

2.1. Czynniki wewnętrzne

2.1.1. Percepcja

2.1.2. Motywacja i wartości

2.1.3. Postawy i przekonania

2.1.4. Osobowość i style życia

2.1.5. Procesy uczenia się i pamięć

2.2. Czynniki zewnętrzne społeczno-kulturowe

2.2.1. Oddziaływanie rodziny

2.2.2. Wpływ grup odniesienia

2.2.3. Liderzy opinii

2.2.4. Rola kultury

2.3. Czynniki zewnętrzne ekonomiczne

2.3.1. Dochody

2.3.2. Ceny

2.3.3. Podaż

2.4. Czynniki oddziaływania marketingowego

2.4.1. Reklama

2.4.2. Produkt i opakowanie

2.4.3. Miejsce sprzedaży

Rozdział 3.

Zachowania konsumentek na rynku kosmetycznym na przykładzie badań bezpośrednich w Katowicach

3.1. Cel, zakres i metoda badań bezpośrednich

3.2. Charakterystyka respondentek biorących udział w badaniu bezpośrednim

3.3. Okoliczności zakupu kosmetyków towarzyszące respondentkom

3.4. Analiza wpływu czynników wewnętrznych i zewnętrznych na podejmowanie decyzji przez konsumentki na rynku dóbr kosmetycznych

3.5. Rola promocji i reklamy w podejmowaniu decyzji o zakupach kosmetyków

Zakończenie

Bibliografia

Spis wykresów

Załączniki