

# **Manipulacja w komunikacji z klientami.**

**Wstęp.....2**

**Rozdział 1.**

**Komunikacja z klientami.**

- 1.1. Definicje komunikacji..... 4
- 1.2. Istota i funkcje komunikacji..... 5
- 1.3. Modele komunikacji..... 8
- 1.4. Komunikowanie się z klientem..... 12

**Rozdział 2.**

**Manipulacje w komunikacji.**

- 2.1. Pojęcie manipulacji..... 17
- 2.2. Reguły psychologiczne na których opierają się techniki manipulacji..... 20
  - 2.2.1. Reguła wzajemności..... 21
  - 2.2.2. Reguła konsekwencji..... 23
  - 2.2.3. Reguła społecznego dowodu słuszności..... 25
  - 2.2.4. Reguła lubienia..... 27
  - 2.2.5. Reguła niedostępności..... 29
  - 2.2.6. Reguła autorytetu..... 30

**Rozdział 3.**

**Wykorzystanie technik manipulacji na podstawie klientów firmy Carrefour.**

- 3.1. Charakterystyka badania..... 33
- 3.2. Wyniki badań własnych..... 34

<b>Zakończenie.....</b>	<b>52</b>
<b>Literatura.....</b>	<b>53</b>
<b>Spis tabel.....</b>	<b>55</b>
<b>Spis rysunków.....</b>	<b>56</b>
<b>Załącznik 1.....</b>	<b>57</b>