

Marketingowa rola opakowań przykładzie asortymentu wybranego

Wstęp..... 3

Rozdział 1

Opakowanie narzędziem marketingu

- 1.1. Funkcje oraz miejsce w kompozycji marketingu mix 7
- 1.2. Uwarunkowania wyboru rodzaju opakowania10
- 1.3. Promocyjna i sprzedażowa funkcja opakowań..... 13
- 1.4. Opakowanie jako czynnik budowania przewagi konkurencyjnej..... 18

Rozdział 2

Opakowania jednostkowe kosmetyków

- 2.1. Projektowanie opakowań kosmetyków20
- 2.2. Materiały, technologie i zamknięcia do opakowań kosmetyków..... 21
- 2.3. Etykietowanie opakowań kosmetyków36
- 2.4. Znakowanie opakowań kosmetyków43
- 2.5. Kierunki rozwoju opakowań w branży kosmetycznej..... 64

Rozdział 3

Rola i miejsce opakowań w procesie zakupu produktów kosmetycznych

- 3.1. Cel, zakres oraz metodyka badań..... 68
- 3.2. Analiza i wyniki badań74
 - 3.2.1. Opakowanie jako wyznacznik zakupu kosmetyku81

3.2.2. Wyodrębnienie najważniejszych wyróżników opakowań wpływających na decyzje zakupowe kosmetyków..... 86

Zakończenie i wnioski..... 92

Bibliografia94

Spis rysunków..... 102

Spis tabel..... 104

Spis wykresów..... 105

Załączniki106