

Podejmowanie decyzji zakupowych przez dzieci i młodzież

Wstęp.

Rozdział I.

Teoria zachowań konsumenta

- 1.1 Konsument i jego funkcjonowanie3
- 1.2 Definicje zachowań konsumenta6
- 1.3 Uwarunkowania zachowań konsumenta10

Rozdział II.

Proces podejmowania decyzji zakupowych20

- 2.1 Uświadomienie potrzeby przez konsumenta22
- 2.2 Rozpoznanie sposobu zaspokojenia potrzeby26
- 2.3 Ocena różnych możliwości wyboru..... 30
- 2.4 Zakup i jego ocena32

Rozdział III.

Zachowania młodych konsumentów

- 3.1 Segmentacja rynków produktów dla dzieci i młodzieży..... 34
- 3.2 Satysfakcja i lojalność młodych nabywców..... 44
- 3.3 Dzieci i młodzież jako odbiorcy reklam..... 46

Podsumowanie.

Bibliografia..... 57