

Postawy pracowników korporacji wobec konsumpcji.

Wstęp4

Rozdział 1.

Zjawisko konsumpcji – perspektywa socjologiczna

1.1 Pojęcie konsumpcjonizmu6

1.2. Rodzaje i formy konsumpcji10

1.3. Potrzeby jako podstawa zachowania się konsumenta16

1.4. Zachowania konsumpcyjne23

1.5. Komensalizm26

Rozdział II

Treść i zakres postaw konsumenckich

2.1. Próba zdefiniowania pojęcia postawy31

2.2. Klasyfikacja postaw34

2.3. Komponenty postaw36

2.4. Zmiana postaw40

2.5. Postawy konsumenckie..... 46

2.6. Pomiar postaw..... 49

Rozdział III

Metodologia badań własnych

3.1. Przedmiot i cel badań52

3.2. Problemy i hipotezy badawcze..... 53

3.3. Metody, techniki i narzędzia badawcze..... 56

3.4. Charakterystyka terenu badań..... 61

3.5. Charakterystyka grupy badawczej i przebieg badania
.....62

Rozdział IV

Analiza wyników badań własnych

4.1. Struktura badanych.....	64
4.2. Sytuacja materialna respondenta.....	66
4.3. Preferencje zakupowe.....	70
4.4. Determinanty zakupowe.....	74
4.5. Kryzys a zakupy.....	77
4.6. Postawy konsumpcyjne.....	81

Zakończenie.....	84
-------------------------	-----------

Bibliografia.....	88
--------------------------	-----------

Spis rysunków, tabel, wykresów.....	.92
--	------------

Aneks.....	.94
-------------------	------------