

# Psychologiczne aspekty zachowań klientów.

Wstęp.....3

Rozdział I

Teoretyczna część pracy.....5

1.1. Pojęcie klienta-nabywcy towarów i usług

1.2. Rodzaje osobowości klientów

1.3. Różne zachowania klientów

1.4. Psychologiczne uwarunkowania zachowań konsumentów

1.4.1. Motywy

1.4.2. Postrzeganie

1.4.3. Postawy

1.4.4. Osobowość

1.4.5. Uczucie się

1.4.6. Nawyki i zwyczaje

1.4.7. Skłonność do ryzyka

1.4.8. Styl życia

1.5. Ekonomiczne uwarunkowania zachowań konsumentów

1.5.1. Dochody

1.5.2. Ceny

1.5.3. Produkt

1.5.4. Reklama

1.5.5. Miejsce sprzedaży

1.6. Społeczno- kulturowe uwarunkowania zachowań konsumenta

1.6.1. Rodzina

1.6.2. Grupy odniesienia

1.6.3. Liderzy opinii

1.6.4. Grupa społeczna

1.6.5. Kultura

## **Rozdział II**

### **Czesc badawcza pracy.....33**

2.1. Cel i obszar badan

2.2. Metody i narzedzia badawcze

2.3. Zestawienia wynikow badan

2.4. Wnioski z przeprowadzonych badan

**Podsumowanie.....47**

**Bibliografia.....48.**

**Zalacznik.....51**

**Spis rysunkow i tabel**