

Wpływ reklamy w procesie podejmowania decyzji zakupowych

Wstęp.....2

Rozdział 1

Reklama jako czynnik kształtujący zachowania konsumenta

- 1.1. Geneza reklamy3
- 1.2. Pojęcie reklamy..... 5
- 1.3. Cele i funkcje reklamy..... 6
- 1.4. Mechanizm działania reklamy..... 7
- 1.5. Rodzaje reklamy i środki przekazu..... 9

Rozdział 2.

Podejmowanie decyzji konsumenckich

- 2.1. Pojęcie decyzji konsumenckich17
- 2.2. Czynniki wpływające na decyzje zakupowe18
- 2.3. Podział decyzji19
- 2.4. Proces decyzyjny19
- 2.5. Zachowanie konsumenta po dokonaniu zakupu20
- 2.6. Wpływ marki na decyzje zakupowe21

Rozdział 3

Wpływ reklamy w procesie podejmowania decyzji zakupowych

- 3.1. Przedmiot i cel badań..... 23
- 3.2. Hipotezy badawcze24
- 3.3. Metody i techniki badawcze..... 24
- 3.4. Charakterystyka grupy badawczej26
- 5.5. Wyniki badań26

Wnioski37

Zakończenie..... 39

Spis bibliografii..... 40

Spis wykresów..... 41