

Wybory konsumenckie na przykładzie XYZ

Wstęp.....2

Rozdział I

Charakterystyka wyborów konsumentów.

1.1. Determinanty kształtujące wybory konsumentów na rynku dóbr trwałego użytku.....4

1.2. Modele zachowań konsumentów na rynku.....6

1.3. Możliwość kształtowania wizerunku marki poprzez reklame.....11

1.4. Analiza uwarunkowań popytu i podaży na rynku elektronicznym.....18

Rozdział II

Założenia metodyczne badań.

2.1. Cel główny badań.....26

2.2. Charakterystyka badanej grupy.....27

2.3. Charakterystyka badanej firmy.....29

Rozdział III

Wyniki badań własnych.

3.1. Analiza czynników kształtujących wybory na rynku elektroniki w opinii badanych respondentów.....32

3.2. Określenie segmentów klientów w badanej firmie.....34

3.3. Identyfikacja i ocena preferencji, oczekiwań odnośnie marki XYZ w opinii badanych respondentów.....37

3.4. Ocena oferty produktowej badanej firmy w opinii respondentów.....40

3.5. Identyfikacja oczekiwan badanych klientów w zakresie produktów i usług analizowanej firmy.....43

Zakończenie.....48

Bibliografia.....49

Spis tabel.....52

Aneks.....53