

# Съдържание

<b>Въведение</b> .....	5
<b>Част първа. ПРОДУКТОВИЯТ ИЗБОР КАТО МОМЕНТ ОТ ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛЯ</b> .....	9
1. Поведението на потребителя в различни теоретични перспективи .....	9
2. Модели за анализ на поведението на потребителя.....	18
Понятие за модел.....	18
Практическа приложимост на моделите за анализ на поведението на потребителя .....	26
3. Една идея за познание на продуктовия избор.....	29
Продукт .....	32
Потребител.....	37
Връзка между продуктовия профил от ползи и профила от очаквания на потребителя .....	41
Механизми за продуктов избор и адекватните им информационни модели.....	46
Кръговрат на механизмите за продуктов избор.....	49
<b>Част втора. ПРОДУКТОВ ДИЗАЙН</b> .....	55
1. Същност на продуктовия дизайн .....	55
Форма .....	59
Цвят .....	60
Материал .....	61
Повърхност .....	61
Графичен дизайн .....	62
2. Функции на продуктовия дизайн .....	67
3. Продуктовият дизайн като знак за продукта .....	70
Продуктовият дизайн като знак за качеството на продукта .....	72
Продуктовият дизайн като символ .....	73
4. Типове продуктов дизайн .....	75
Функционален тип продуктов дизайн .....	75
Естетичен тип продуктов дизайн .....	78
<b>Част трета. КОМУНИКАЦИОННИЯТ ПРОЦЕС „ПРОДУКТОВ ДИЗАЙН – ПОТРЕБИТЕЛ“</b> .....	81
1. Изходни предпоставки .....	81
2. Комуникационният процес „продукт – потребител“ .....	85
Комуникацията „продуктов имидж – потребител“ .....	94

3. Специфика на комуникационния процес	
„продуктов дизайн – потребител“ .....	98
Необходими предпоставки за осъществяване на комуникацията	
„продуктов дизайн – потребител“ .....	98
„Езикът“ на продуктовия дизайн .....	100
Елементите на продуктовия дизайн като „комуникатори“ .....	101
Как потребителят „разговаря“ с продуктовия дизайн.....	108
„Аз-копцепцията“ на потребителя като „диригент“	
на комуникацията „продуктов дизайн – потребител“ .....	116
<b>Част четвърта. ПРОДУКТОВИЯТ ДИЗАЙН</b>	
<b>КАТО КОНКУРЕНТЕН ПАЗАРЕН ФАКТОР .....</b>	<b>118</b>
1. Мястото на продуктовия дизайн	
в пазарната стратегия на фирмата.....	118
2. Един опит за обособяване на предприемачески профили от гледна	
точка на мястото на продуктовия дизайн в политиката на фирмата	
и нейното пазарно присъствие .....	123
3. Два примера на успешна фирмена стратегия	
в областта на продуктовия дизайн .....	125
<b>Заклучение .....</b>	<b>129</b>
<b>Библиография.....</b>	<b>133</b>