

Съдържание

Предговор.....	7
Тема първа	
НАУКАТА ЗА ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ	9
1. Еволюция на теорията за поведението на потребителите	9
2. Поведение на потребителите – определения, концепции и научни гледни точки.....	12
3. Поведение на потребителите като обект на изучаване от търговските фирми.....	14
4. Основни действия в поведението на потребителите	17
Тема втора	
ПОВЕДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ В СЪВРЕМЕНЕН КОНТЕКСТ	23
1. Роля на потребителите за формиране на маркетинговата стратегия	23
2. Маркетингов микс и поведение на потребителите	25
3. Сегментиране на потребителите.....	27
Тема трета	
МОДЕЛИ НА ПОТРЕБИТЕЛСКО ПОВЕДЕНИЕ	32
1. Икономически модели на потребителското поведение	33
2. Психологически модели на потребителското поведение	36
3. Маркетингови модели на потребителското поведение	44
Тема четвърта	
ДЕТЕРМИНАНТИ НА ПРОЦЕСА НА ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЕ ОТ ПОТРЕБИТЕЛИТЕ	52
1. Роли в процеса на покупка	52
2. Типове процеси при вземане на решение за покупка	54
3. Потребителски риск при покупка.....	60

Тема пета

ЕТАПИ В ПРОЦЕСА НА ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЕ ПРИ ПОКУПКА	66
1. Етапи в процеса на покупка при висока ангажираност	66
2. Етапи в процеса на покупка при ниска ангажираност.....	73

Тема шеста

ПОВЕДЕНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ В ТЪРГОВИЯТА НА ДРЕБНО.....	78
1. Причини потребителите да купуват	78
2. Видове покупки според степента на планиране.....	80
3. Ресурси на потребителите и критерии за избор	82

Тема седма

ИНДИВИДУАЛНИ ДЕТЕРМИНАНТИ НА ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ	89
1. Личността като детерминанта в поведението на потребителите	89
2. Концепция „Стил на живот“	92

Тема осма

МОТИВАЦИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ	102
1. Мотивацията в поведението на потребителите	102
2. Мотивационен конфликт и ранжиране на потребностите	105

Тема девета

ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛСКАТА СРЕДА И ВЛИЯНИЕ НА КУЛТУРАТА	115
1. Съдържание на културата	115
2. Социална класа и социална стратификация	122

Тема десета

ВЛИЯНИЕ НА ГРУПИТЕ ВЪРХУ ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ.....	131
1. Референтни групи – дефиниране, видове и влияния	131
2. Лидери на мнение.....	134
3. Семейството като референтна група	138
Литература	145