

Spis treści

Przedmowa	7
Podziękowania	11
CZĘŚĆ I. WSTĘP	13
Rozdział 1. Założenia i wyjaśnienia dotyczące badań nad zachowaniami konsumentów	15
CZĘŚĆ II. SCHEMATY KONSUMPCJI	43
Rozdział 2. Lojalność klienta	45
Rozdział 3. Znajomość marki, wartość marki i rozszerzenie marki	71
Rozdział 4. Rynki stabilne	93
Rozdział 5. Dynamika rynku	122
CZĘŚĆ III. WYJAŚNIENIE PROCESU PODEJMOWANIA DECYZJI . .	153
Rozdział 6. Prognozowanie i wyjaśnianie zachowań	155
Rozdział 7. Przetwarzanie informacji i podejmowanie decyzji	183
Rozdział 8. Jakość a satysfakcja konsumentów	211
CZĘŚĆ IV. REAKCJA RYNKU	241
Rozdział 9. Reakcje konsumentów na ceny i promocje	243
Rozdział 10. Ujęcie detaliczne	270
Rozdział 11. Wpływ opinii ustnych	301
Rozdział 12. Reakcja na działania reklamowe	335
Bibliografia	363
Indeks	395