

Wstęp

Rozdział 1

Funkcje konsumpcji oraz prawidłowości i paradoksy w jej rozwoju

- 1.1. Funkcje konsumpcji
- 1.2. Prawidłowości rozwoju konsumpcji
- 1.3. Paradoksy w zachowaniach konsumentów

Rozdział 2

Teoria zachowań konsumenta

- 2.1. Ekonomiczne podejście do zachowań ludzkich
- 2.2. Zachowania konsumenckie - definicja i zakres pojęcia
- 2.3. Tradycyjna teoria wyboru
- 2.4. Nowe podejście do teorii wyboru uwzględniające funkcję produkcji gospodarstwa domowego
- 2.5. Racjonalność zachowań konsumenta

Rozdział 3

Czynniki kształtujące zachowania konsumentów na rynku

- 3.1. Czynniki ekonomiczne
- 3.2. Uwarunkowania marketingowe
- 3.3. Czynniki społeczno-kulturowe
- 3.4. Czynniki psychologiczne
- 3.5. Regionalne uwarunkowania zachowań konsumentów

Rozdział 4

Finansowe zachowania konsumentów

- 4.1. Pieniądz i zarządzanie pieniędzmi
- 4.2. Poziomy zachowań finansowych
- 4.3. Finansowy cykl życia
- 4.4. Oszczędzanie
- 4.5. Pożyczanie

Rozdział 5

Metody badań zachowań konsumenckich

- 5.1. Typologia badań - metody ilościowe i jakościowe
- 5.2. Obserwacje, eksperymenty, wywiady i panele konsumenckie
- 5.3. Badania postaw, opinii i oczekiwań
- 5.4. Badania motywów zachowań
- 5.5. Badania stylów życia i międzykulturowe badania zachowań

Rozdział 6

Trendy konsumenckie w rozwiniętych gospodarkach rynkowych

- 6.1. Globalizacja konsumpcji
- 6.2. Etnocentryzm konsumencki
- 6.3. Konsumeryzm polityczny (konsumpcja obywatelska)
- 6.4. Dekonsumpcja
- 6.5. Domocentryzm
- 6.6. Ekologizacja życia codziennego

Rozdział 7

Ochrona interesów konsumenta w Polsce i w Unii Europejskiej

- 7.1. Pojęcie ochrony konsumenta i jej zakres
- 7.2. Konsumeryzm - historia i współczesność
- 7.3. Polityka konsumencka i prawne podstawy ochrony interesów konsumenta w Polsce
- 7.4. Instytucje i organizacje chroniące konsumentów w Polsce
- 7.5. Polityka ochrony konsumenta w UE
- 7.6. Instytucje i organizacje chroniące konsumentów w UE

Bibliografia