

Spis treści

Wprowadzenie

ROZDZIAŁ 1. Konsument a współczesne wyzwania cywilizacyjne

- 1.1. Globalna konsumpcja jako megatrend współczesnej konsumpcji
- 1.2. Wirtualizacja konsumpcji
- 1.3. Ekologizacja jako przejaw dbałości o środowisko naturalne

ROZDZIAŁ 2. Kompetencje i ich znaczenie dla kształtowania zachowań i postaw konsumentów

- 2.1. Kompetencje konsumentów
- 2.2. Kompetencje a zachowania konsumentów
- 2.3. Znaczenie kompetencji w kształtowaniu postaw konsumentów

ROZDZIAŁ 3. Zrównoważona konsumpcja a kompetencje konsumentów

- 3.1. Zrównoważona konsumpcja jako przedmiot badań
- 3.2. Problemy rozwoju idei zrównoważonej konsumpcji
- 3.3. Postawy konsumentów wobec zrównoważonej konsumpcji

ROZDZIAŁ 4. Innowacyjne zachowania w kontekście kompetencji konsumentów

- 4.1. Innowacyjne zachowania jako obszar badań współczesnej konsumpcji
- 4.2. Cechy innowacyjnych konsumentów
- 4.3. Wybór nowych produktów przez konsumentów
- 4.4. Wzory konsumpcji związane z nabywaniem i użytkowaniem nowych produktów
- 4.5. Innowacje na rynku żywności i związane z tym wybrane aspekty zachowań konsumentów
- 4.6. Bankowość mobilna jako forma innowacyjnego zachowania konsumentów

ROZDZIAŁ 5. Wiedza konsumentów a ochrona ich praw

- 5.1. Prawo do informacji a kompetencje konsumentów
- 5.2. Prawo do reklamacji a wiedza konsumentów
- 5.3. Instytucje i organizacje konsumenckie a świadomość konsumentów

ROZDZIAŁ 6. Segmentacja konsumentów według kompetencji

Zakończenie

Bibliografia