

Produkt jako jeden z czynników wpływających na zachowanie konsumenta na rynku

Jeśli potrzebują Państwo więcej informacji o tej pracy, to proszę pisać - [kontakt](#)

Praca licencjacka napisana w 2002 roku, obroniona w WSH w Kielcach

Wstęp.

Rozdział 1. Wprowadzenie.

1.1. Pojęcie i znaczenie marketingu .

Rozdział 2. Wpływ produktu na zachowanie konsumenta.

2.1. Charakterystyka produktu.

2.1.1. Pojęcie produktu.

2.1.2. Podział produktów.

2.1.3. Funkcje i atrybuty produktu.

2.2. Oddziaływanie poszczególnych cech produktu na postępowanie nabywców.

2.2.1. Produkt fizyczny.

2.2.2. Marka.

2.2.3. Opakowanie.

2.2.4. Visual merchandising – oferowanie i prezentacja towarów w miejscu sprzedaży.

2.2.5. Cena.

2.2.6. Dystrybucja, asortyment.

2.2.7. Usługi przy- i po-sprzedażne.

2.3. Cykl życia produktu.

Rozdział 3. Zachowania konsumenta.

3.1. Treść i zakres pojęcia.

3.2. Rodzaje zachowań.

3.3. Etapy postępowania konsumenta na rynku.

3.4. Uświadomienie potrzeby.

3.5. Identyfikacja sposobów zaspokajania potrzeby.

3.6. Ocena alternatyw wyboru.

3.7. Zakup i jego ocena.

Rozdział 4. Badanie wpływu poszczególnych cech produktu na konsumenta.

4.1. Cel, przedmiot, zakres badań i metody badawcze.

4.2. Analiza danych.

4.3. Wnioski z analizy danych.

Zakończenie.

Spis rysunków.

Spis tabel.

Bibliografia.

Załącznik.

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę [pisanie prac](#) - sprawdzony serwis