

INTERNET

JAKO ŹRÓDŁO INFORMACJI W DECYZJACH NABYWczyCH KONSUMENTA

Joanna Kos-Łabędowicz



Wydawnictwo C.H.Beck

Warszawa 2015

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. Proces podejmowania decyzji nabywczych	9
1.1. Konsument jako podmiot decyzji nabywczych.....	9
1.2. Proces decyzyjny – pojęcie, cechy i struktura.....	18
1.3. Decyzje nabywcze konsumenta – cechy i typologia.....	22
Rozdział 2. Uwarunkowania decyzji nabywczych konsumenta	31
2.1. Czynniki wpływające na decyzje nabywcze konsumenta	31
2.2. Informacje w procesie decyzyjnym – pojęcie, rodzaje, funkcje	40
Rozdział 3. Podstawy informacyjne decyzji nabywczych konsumenta	49
3.1. Tradycyjne i nowe źródła informacji konsumenta	49
3.2. Badanie procesu decyzyjnego konsumenta	57
Rozdział 4. Informacje dostępne w Internecie	69
4.1. Rozwój internetowych źródeł informacji – diagnoza i perspektywy rozwoju.....	69
4.2. Informacje w Internecie – jakość i selekcja	74
4.3. Specyfika internetowych badań zachowań konsumenta.....	79
Rozdział 5. Komercyjne źródła informacji w Internecie – rodzaje, cechy, zalety i wady	87
5.1. Strony internetowe	87
5.2. Reklamy internetowe	92
5.3. Reklama w poczcie elektronicznej.....	97
Rozdział 6. Niekomercyjne źródła informacji w Internecie – rodzaje, cechy, zalety i wady	101
6.1. Media społecznościowe	101
6.2. Fora dyskusyjne	108
6.3. Blogi.....	110
6.3.1. Internetowi liderzy opinii – blogerzy.....	110
6.3.2. Blogi korporacyjne	114
6.4. Opinie i recenzje konsumentów	116
Rozdział 7. Proces zakupu wybranych dóbr konsumpcyjnych – studium przypadku	119
7.1. Metodyka badań zachowań konsumenta w Internecie.....	119
7.2. Wykorzystanie internetowych źródeł informacji – badania ankietowe.....	121
7.3. Wykorzystanie internetowych źródeł informacji – wywiady pogłębione	127

Rozdział 8. Internetowe źródła informacji – wykorzystanie, problemy i możliwość dalszego rozwoju	137
8.1. Miejsce internetowych źródeł informacji w procesie decyzyjnym konsumenta.....	137
8.2. Propozycje usprawnienia wykorzystania internetowych źródeł informacji przez konsumentów	144
8.3. Perspektywy rozwoju internetowych źródeł informacji	153
Zakończenie	157
ANEKS (Załączniki 1–10)	159
Bibliografia	181
Indeks.....	191