

# Resumen de contenido

## parte uno

### I

#### INTRODUCCIÓN

1

Capítulo 1	Introducción: El impacto de la revolución digital en el comportamiento del consumidor	3
Capítulo 2	Investigación del consumidor	25
Capítulo 3	Segmentación del mercado	49

## parte dos

### II

#### EL CONSUMIDOR COMO INDIVIDUO

83

Capítulo 4	Motivación del consumidor	85
Capítulo 5	Personalidad y comportamiento del consumidor	119
Capítulo 6	Percepción del consumidor	157
Capítulo 7	Aprendizaje del consumidor	205
Capítulo 8	Formación y cambio de actitudes en el consumidor	251
Capítulo 9	Comunicación y comportamiento del consumidor	291

## parte tres

### III

#### LOS CONSUMIDORES EN SU CONTEXTO SOCIAL Y CULTURAL

327

Capítulo 10	Grupos de referencia e influencias familiares	329
Capítulo 11	Clase social y comportamiento del consumidor	371
Capítulo 12	La influencia de la cultura en el comportamiento del consumidor	407
Capítulo 13	Subculturas y comportamiento del consumidor	437
Capítulo 14	Comportamiento transcultural del consumidor: Una perspectiva internacional	471

## parte cuatro

### IV

#### EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES DEL CONSUMIDOR

497

Capítulo 15	Influencia del consumidor y difusión de las innovaciones	499
Capítulo 16	Más allá de la toma de decisiones del consumidor	547
Casos	C-1	
Glosario	G-1	
Índice	I-1	