

Contenido breve

Parte 1	Introducción al estudio del comportamiento del consumidor	1
Capítulo 1	Comprensión del comportamiento del consumidor	2
Para enriquecer el capítulo	Generar información acerca del comportamiento del consumidor	27
Parte 2	El centro psicológico	43
Capítulo 2	Motivación, habilidad y oportunidad	44
Capítulo 3	Exposición, atención y percepción	69
Capítulo 4	Conocimiento y comprensión	91
Capítulo 5	Actitudes con base en un esfuerzo alto	121
Capítulo 6	Actitudes con base en un esfuerzo bajo	148
Capítulo 7	Memoria y recuperación	170
Parte 3	El proceso de toma de decisiones	193
Capítulo 8	Reconocimiento de problemas y búsqueda de información	194
Capítulo 9	Formulación de juicios y toma de decisiones con base en un esfuerzo alto	219
Capítulo 10	Formulación de juicios y toma de decisiones con base en un esfuerzo bajo	246
Capítulo 11	Procesos de posdecisión	271
Parte 4	La cultura del consumidor	299
Capítulo 12	Diversidad del consumidor	300
Capítulo 13	Clase social e influencias del hogar	325
Capítulo 14	Psicografía: valores, personalidad y estilos de vida	355
Capítulo 15	Influencias sociales sobre el comportamiento del consumidor	385
Parte 5	Resultados y cuestiones relacionados con el comportamiento del consumidor	413
Capítulo 16	Adopción de, resistencia a y difusión de la innovación	414
Capítulo 17	Comportamiento simbólico del consumidor	440
Capítulo 18	Ética, responsabilidad social y el lado oscuro del comportamiento del consumidor y el marketing	469