

CONTENIDO BREVE

PARTE I	INTRODUCCIÓN AL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR 3
Capítulo 1	Comportamiento e investigación del consumidor 5
Capítulo 2	¿Cómo el análisis del consumidor afecta la estrategia de negocios? 33
PARTE II	TOMA DE DECISIÓN DEL CONSUMIDOR 67
Capítulo 3	Proceso de decisión del consumidor 69
Capítulo 4	Procesos previos a la compra: reconocimiento de la necesidad, búsqueda y evaluación 99
Capítulo 5	Compra 126
Capítulo 6	Procesos posteriores a la compra: consumo y evaluación 159
PARTE III	DETERMINANTES INDIVIDUALES DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR 185
Capítulo 7	Demografía, psicografía y personalidad 187
Capítulo 8	Motivación del consumidor 232
Capítulo 9	Conocimientos del consumidor 259
Capítulo 10	Intenciones, actitudes, creencias y emociones de los consumidores 281
PARTE IV	INFLUENCIA DEL ENTORNO EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR 311
Capítulo 11	Cultura, etnicidad y clase social 313
Capítulo 12	Influencias familiar y doméstica 359
Capítulo 13	Influencia de grupos e individuos 395
PARTE V	CÓMO INFLUIR EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR 433
Capítulo 14	Hacer contacto 435
Capítulo 15	Modificar la opinión de los consumidores 459
Capítulo 16	Cómo ayudar a los consumidores a recordar 486
Caso 1	Pick'n pay 510
Caso 2	Service Corporation International 515
Caso 3	Amazon.com 520
Caso 4	Avon 524
Caso 5	La empresa del pato 527
Caso 6	Consejo Nacional de productores de carne de puerco 532
Caso 7	Destruya-su-negocio.com 540
Glosario	542
Créditos	550
Índice onomástico	552
Índice temático	554