



Teoria Kultury Konsumenckiej - Wydanie II

Indeks: 762398 Producent: Sage Publications Ltd.

Cena: 225.99 zł

Opis

Consumer Culture Theory

Producent: SAGE Publications Ltd

Teoria Kultury Konsumenckiej to obszerny podręcznik skupiający się na badaniach nad zachowaniami konsumentów oraz analizie kultur rynkowych. Autorzy, Craig J. Thompson i Eric J. Arnould, zgłębiają tematy związane z psychologią konsumpcji, ekonomią behawioralną oraz marketingiem. Książka stanowi nieocenione źródło wiedzy dla studentów i badaczy zainteresowanych zagadnieniami związanymi z zachowaniami konsumentów.

Niniejsza publikacja przedstawia kompleksowe spojrzenie na teorię kultury konsumenckiej, uwzględniając najnowsze trendy i badania w dziedzinie rynku konsumenckiego. Autorzy analizują wpływ kultur rynkowych na decyzje zakupowe oraz rozwój dziedziny badań nad zachowaniami konsumentów. Książka stanowi cenne źródło wiedzy dla wszystkich zainteresowanych dynamicznym światem konsumenckim.

Podsumowując, Teoria Kultury Konsumenckiej to niezastąpiona pozycja dla osób pragnących zgłębić tajniki psychologii konsumpcji, ekonomii behawioralnej oraz marketingu. Autorzy, poprzez analizę najnowszych danych i studiów przypadków, kreują wyjątkowe spojrzenie na współczesny rynek konsumencki.

- **temat:** Consumer behaviour; CCT; Consumer research; Marketplace cultures; Craig J. Thompson; Eric J. Arnould, HC/Wirtschaft, HC, Wirtschaft, Verhaltensökonomie, For higher / tertiary / university education, Textbook, coursework, BUSINESS & ECONOMICS / Consumer Behavior, BUSINESS & ECONOMICS / Economics / Social & Behavioral, BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / General, BUSINESS & ECONOMICS / Sales & Selling / General, Business & Economics/Consumer Behavior - General, Behavioural economics, Sales & marketing, Sales and marketing, Verhaltensökonomie, HC/Wirtschaft
- **wiążący:** paperback
- **język:** english, english, english
- **waga przedmiotu:** 670 grams
- **strony:** 392
- **słowo kluczowe tematu:** Consumer behaviour; CCT; Consumer research; Marketplace cultures; Craig J. Thompson; Eric J. Arnould, Consumer; Consumer culture; Consumer behaviour; Consumer culture theory; CCT; Consumer research; Marketplace cultures; Craig J. Thompson; Eric J. Arnould
- **kod podmiotu:** BUS016000, BUS069040, BUS043000, BUS058000, BUS016000, 4CT, 4TC, 1780, KJS, KCK, KCK, KJS
- **grupa docelowa:** General/trade
- **Liczba przedmiotów:** 1
- **waga opakowania przedmiotu:** 0.67 kilograms
- **wydanie:** 2.
- **producent:** SAGE Publications Ltd
- **zewnętrznie przypisany identyfikator produktu:** 9781529609257, 09781529609257

- **gatunek muzyczny:** HC, Wirtschaft, Verhaltensökonomie
- **Data publikacji:** 2023-09-30T00:00:01Z
- **numer wydania:** 2
- **nazwa przedmiotu:** Consumer Culture Theory
- **data premiery:** 2023-09-30T00:00:01Z
- **data uruchomienia strony produktu:** 2023-05-17T00:00:01Z

Parametry

Wydanie	II
Ilość stron	392
Waga	670g
ISBN	9781529609257