

INDICE

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. Comunicaciones 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