Оглавление

Введение

Глава 1. Теоретические основы исследования поведения потребителей

1.1. Понятие и сущность поведения потребителя

1.2. Методы исследования поведения потребителей

1.3. Факторы, влияющие на потребителя

Глава 2. Исследование поведения потребителей на примере автокомплекса «KARCHER»

2.1. Анализ деятельности автокомплекса «KARCHER»

2.2. Исследование потребностей потребителей автокомплекса «KARCHER»

2.3. Выводы и предложения по совершенствованию автокомплекса «KARCHER»

Заключение

Список использованной литературы