

Данчо Данчев

## СЪДЪРЖАНИЕ

# ТАКСОНОМИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛСКИТЕ ПРОДУКТИ

2012  
Издателство „Наука и икономика”  
Икономически университет – Варна

Въведение .....	7
<b>ГЛАВА ПЪРВА. ЕВОЛЮЦИЯ НА КЛАСИЧЕСКАТА ПРОДУКТОВА ТАКСОНОМИЯ .....</b>	
1. Концептуална класификация на потребителските продукти .....	17
2. Основни дискуссионни проблеми във връзка с оригиналната продуктова таксономична система .....	35
3. Модифициране и усъвършенстване на продуктовата таксономия .....	48
4. Отражение на продуктовата таксономия в българската маркетингова литература .....	151
<b>ГЛАВА ВТОРА. МОДЕРЕН ПОДХОД КЪМ ПРОДУКТОВА ТАКСОНОМИЯ .....</b>	156
1. Генезис на модерната продуктова таксономия .....	156
2. Развитие и усъвършенстване на SEC (AAA) концепцията .....	163
3. Морфология на AAA класификационната система .....	179
4. Полезност и ограничения на AAA продуктовата класификация .....	192
5. Основни проблеми, свързани с модерната продуктова таксономия .....	197
<b>ГЛАВА ТРЕТА. АНАЛИТИЧНА ОЦЕНКА НА АЛТЕРНАТИВНИТЕ СИСТЕМИ ЗА КЛАСИФИКАЦИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛСКИТЕ ПРОДУКТИ .....</b>	232
1. Научен йерархичен статус на продуктовата таксономия .....	232
2. Дефиниционният проблем в продуктовата таксономия .....	241
3. Критерии за оценка на продуктовете класификационни схеми .....	245
4. Аналитична оценка на продуктовете таксономични системи .....	252

<b>ГЛАВА ЧЕТВЪРТА. ТЕОРЕТИЧЕН ФУНДАМЕНТ НА ПРОДУКТОВАТА ТАКСОНОМИЯ</b> .....	279
1. Теоретични аспекти на удобството.....	279
2. Социалнопсихологически теории.....	296
2.1. Необходимост от социалнопсихологическа перспектива в продуктова таксономия.....	296
2.2. Теория за когнитивния дисонанс.....	301
2.3. Теория за възприемания риск.....	315
2.4. Теория за социалната оценка.....	345
2.5. Теория за социалното научаване.....	360
3. Информационен икономикс.....	374
<b>Заклучение</b> .....	392
<b>Използвана литература</b> .....	394