

Съдържание

ВЪВЕДЕНИЕ	7
Първа глава	
ПОДВИЖНАТА МИШЕНА	11
Втора глава	
ПРОФИЛАКТИКА НА ПОТРЕБИТЕЛ 4.0	43
Трета глава	
(СЪВСЕМ) ОБЩА ТЕОРИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛСКОТО ИЗЖИВЯВАНЕ	93
Четвърта глава	
МНОГОКАНАЛНОСТ ИЛИ НОВОТО УДОБНО.....	125
Пета глава	
ЕДНА ЦЕЛ, РАЗЛИЧНИ ПЪТУВАНИЯ (NIKE vs. ADIDAS)	147
Шеста глава	
НЕ(О)ТРАДИЦИОННИЯТ ПОТРЕБИТЕЛ.....	183
Седма глава	
ДВЕ В ЕДНО - ПОВЕЧЕ ВЪЗМОЖНОСТИ, ПОВЕЧЕ ОТГОВОРНОСТИ.....	217
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	245
БЛАГОДАРНОСТИ.....	247
ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА И ОНЛАЙН ИЗТОЧНИЦИ	249