Konsumpcja i społeczeństwo konsumpcyjne

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE 4

1. SPOŁECZEŃSTWO KONSUMPCYJNE W PÓŹNEJ NOWOCZESNOŚCI 5
1.1. Koncepcja społeczeństwa konsumpcyjnego 5
1.2. Model społeczeństwa konsumpcyjnego 6
1.3. Społeczeństwo konsumpcyjne w Polsce 8

2. KONSUMPCJA JAKO ZJAWISKO ZUŻYWANIA DÓBR I ZASPOKAJANIA POTRZEB 16
2.1. Konsumpcja jako kategoria pojęciowa 16
2.2. Historyczne ujęcie konsumpcji 18
2.3. Sfery konsumpcji 19
2.4. Poziom życia, dobrobyt oraz sposób i jakość życia jako inne sfery konsumpcji 21
2.5. Klasyfikacja konsumpcji 22
2.6. Determinanty konsumpcji 24
2.7. Funkcje konsumpcji 27
2.8. Ekologizacja konsumpcji 28
2.9. Czas wolny jako najbardziej pożądane dobro w konsumpcji 30

3. KONSUMENT JAKO PODMIOT KONSUMPCJI 32
3.1. Pojęcie konsumenta 32
3.2. Zachowania konsumenckie 33
3.3. Zjawisko prestiżu w zachowaniach konsumenckich 34
3.4. Luksus w opiniach Polaków 35
3.5. Wpływ mediów na zachowania konsumenckie 38

PODSUMOWANIE 44

LITERATURA 47

WSTĘP

Niniejsza praca, która zatytułowana jest: „Konsumpcja i społeczeństwo konsumpcyjne”, przedstawia zjawisko konsumpcji jako akt zaspokojenia potrzeb ludzkich oraz zagadnienie społeczeństwa konsumpcyjnego w późnej nowoczesności, którego dominującą wartością jest konsumpcja dóbr i usług.

Celem mojej pracy jest ukazanie zjawiska konsumpcji jako procesu społecznego oraz przedstawienie społeczeństwa konsumpcyjnego, które bierze udział w tym procesie.

Moja praca składa się z trzech rozdziałów. W pierwszym rozdziale przedstawiam społeczeństwo konsumpcyjne w późnej nowoczesności, szczegółowo omawiam koncepcję społeczeństwo konsumpcyjne i jego model. Poruszyłam również zagadnienie społeczeństwa konsumpcyjnego w Polsce.

W drugim rozdziale, którego główną tematyką jest konsumpcja, najpierw wyjaśniam pojęcie konsumpcji, następnie przedstawiam historyczne ujęcie konsumpcji. Sporo uwagi poświęcam zagadnieniu sfer i determinant konsumpcji, jej klasyfikacji oraz funkcjom. W tym rozdziale opisuję również zjawisko ekologizacji konsumpcji i czasu wolnego, który jest dobrem najbardziej pożądanym w konsumpcji.

Trzeci rozdział mojej pracy poświęcam konsumentowi, który jest podmiotem konsumpcji. W tym rozdziale przedstawiam zachowania konsumenckie oraz zjawisko prestiżu, które charakteryzuje zachowania konsumentów. Najszerzej opisuję wpływ mediów na postawy konsumenckie.

Liczba stron: 48

Nazwa Szkoły Wyższej: Wyższa Szkoła Zarządzania i Komunikacji w Poznaniu

Rodzaj pracy: licencjacka

Rok oddania: 2011

To jest gotowa, obroniona praca. Gdyby chcieli Państwo zlecić napisanie zupełnie nowej pracy, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis!