

Съдържание

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