

Obsah

Úvod do historie, teorie a výzkumu spotřební kultury 7

Pavel Zahrádka

Vznik spotřební kultury a historie jejího výzkumu

Historie spotřební kultury 21

Jan Kalenda

Počátky marketingu a výzkumu trhu: informace, instituce a trhy 58

Hartmut Berghoff, Philip Scranton, Uwe Spiekermann

Spotřeba, identita a sociální distinkce

Sociologie spotřeby: jednání, distinkce a identita 87

Roberta Sassatelliová

Kulturní spotřeba a sociální distinkce v České republice 114

Jiří Šafr

Teorie nakupování 144

Daniel Miller

Propagace spotřební kultury: marketing, reklama a obchodní značky

Sociologie reklamy 175

York Kautt

Účinky reklamy a skeptický spotřebitel 211

Jörg Matthes

Sociologie značky 233

Kai-Uwe Hellmann

Současný strategický marketing: spojení strategie, marketingu a spotřební kultury 254

Franz Liebl

Nové trendy ve výzkumu spotřební kultury: produktová komunikace 288

Rainer Gries

Kritika a budoucnost spotřební kultury

Kritika konzumerismu 317

Joseph Heath

Estetika spotřební kultury 337

Pavel Zahrádka

Alternativní hédonismus a život v dobrovolné skromnosti 365

Kate Soperová, Martin Fafejta

Moralizace trhů: spotřeba v moderní společnosti 402

Nico Stehr, Marian Adolf

O autorech 419

Summary 425

Jmenný rejstřík 429

Věcný rejstřík 432