

Маркетинг впечатлений

ФИО преподавателя: Пахалов Александр Михайлович

Цель освоения дисциплины: предоставить студентам систематизированное представление о концепции экономики впечатлений, а также о прикладных аспектах ее применения в маркетинговых стратегиях и исследованиях.

Краткое содержание дисциплины:

- Основы концепции экономики впечатлений Дж. Пайна и Дж. Гилмора
- Психологические и поведенческие аспекты создания впечатлений
- Маркетинговые стратегии и создание ценности в рамках концепции экономики впечатлений
- Маркетинг впечатлений в сфере знаний и инноваций
- Маркетинг впечатлений в сфере туризма, развлечений культуры и спорта
- Сети и кластеры в экономике впечатлений

Общая трудоемкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Итоговый контроль по дисциплине проводится в форме устного экзамена.