

# 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

3 зачетные единицы, 108 академических часов.

**Итоговый контроль** по дисциплине проводится в форме устного экзамена.