

Дисциплина: Экономика впечатлений

Аннотация

Трудоемкость: 4ЕCTS, 144 академических часов.

Форма итогового контроля: экзамен

Дисциплина "Экономика впечатлений" является современной областью исследования, в фокусе которой находится влияние эмоциональных состояний, впечатлений и восприятия на поведение потребителей и на развитие рыночных отношений. В ходе изучения этой дисциплины студенты углубляют свои знания о психологии потребителя, маркетинговых стратегиях и экономических процессах, чтобы понять, как формирование и управление впечатлениями может повлиять на спрос, лояльность и конкурентоспособность товаров и услуг. Кроме того, курс охватывает методы анализа и оценки эффективности стратегий создания эмоциональной ценности, а также рассматривает инструменты и технологии, используемые для воздействия на эмоциональное состояние потребителей. Студенты изучают случаи успешного применения концепций экономики впечатлений в различных отраслях, а также анализируют вызовы и возможности, связанные с их реализацией в современных рыночных условиях. Обучение в этой области помогает студентам развить навыки анализа, критического мышления и принятия решений, необходимые для успешной работы в сфере маркетинга, управления и консультирования.