**МФК, весенний семестр, 2019-2020 уч.г.**

**«Маркетинг: создание ценности и впечатлений» (Marketing: creation of value and experiences), (24 часа).**

**Вопросы к зачету:**

1. Сущность современного маркетинга.
2. Эволюция концепций маркетинга.
3. Трансформация маркетинг-микса: 4P vs. 7P.
4. Концепция STP.
5. Виды ценности в маркетинге.
6. Понятие бренда. Бренд как совокупность ценностей.
7. Построение бренда с помощью модели UBK
8. Элементы идентичности бренда по Капфереру
9. Капитал бренда по Аакеру.
10. Способы подкрепления воспринимаемого качества.
11. Развитие бренда по матрице Таубера.
12. Оценка здоровья бренда.
13. Понятие впечатления (experience) по Пайну и Гилмору.
14. Принципы построения маркетинговой стратегии, ориентированной на создание впечатлений.
15. Массовая персонализация по Пайну как инструмент создания ценности для потребителя.
16. «Стратегические модули впечатлений» по Шмитту, возможности их применения в маркетинговых коммуникациях.
17. Впечатления, эмоции и поведенческие намерения: отличия и взаимосвязь понятий.
18. Роль межфирменных сетей в создании впечатлений и ценности для потребителя.
19. Особенности социальных сетей как платформы для позиционирования и продвижения брендов.
20. Роль маркетинговых коммуникаций в продвижении ценности и впечатлений.