

Оглавление

| | |
|---|-----|
| ВСТУПЛЕНИЕ | 19 |
| ВВЕДЕНИЕ | 21 |
| ГЛАВА 1. ИСТОРИЯ МАРКЕТИНГА | 27 |
| ГЛАВА 2. ПЯТАЯ ПАРАДИГМА | 42 |
| ГЛАВА 3. НАЧИНАЕМ ВСЁ С НУЛЯ | 51 |
| ГЛАВА 4. ОКЕАН ДАННЫХ | 64 |
| ГЛАВА 5 ИИ | 82 |
| ГЛАВА 6. БОЛЬШОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ВЗРЫВ | 95 |
| ГЛАВА 7. БЛОКИРУЕМ СТРАХ ПЕРЕД БЛОКЧЕЙНОМ | 114 |
| ГЛАВА 8. НАУКА В ПОМОЩЬ | 123 |
| ГЛАВА 9. ПЯТЬ ЧУВСТВ | 134 |
| ГЛАВА 10. НОВОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ЛОЯЛЬНОСТИ | 146 |
| ГЛАВА 11. РЕКЛАМА МЕРТВА! | 157 |
| ГЛАВА 12. Я – ЛИЧНОСТЬ, А НЕ «ПОТРЕБИТЕЛЬ» | 166 |
| ГЛАВА 13. ПРОДАЁМ ПРОДУКТЫ КОМПАНИЯМ И КОМПЬЮТЕРАМ | 176 |
| ГЛАВА 14. СИЛА – В ПАРТНЁРСТВЕ | 184 |
| ГЛАВА 15. БЕЗ МИССИИ – НИКУДА | 195 |

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|-----|
| ГЛАВА 16. ЭТИКА И БРЕНДОВАЯ КАРМА | 203 |
| ГЛАВА 17. МАРКЕТИНГ ВОПРОКИ КРИЗИСУ | 213 |
| ГЛАВА 18. КВАНТОВЫЙ МАРКЕТОЛОГ | 223 |
| БЛАГОДАРНОСТИ | 234 |
| ПРИМЕЧАНИЯ | 236 |
| ОБ АВТОРЕ | 247 |
| АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ | 249 |