

Музеят и неговите целеви публики – маркетинг на взаимоотношенията Кристиян Постаджиян

Литература

Бонева, Вера, Руско Русев 2017: *Регионалните музеи в културната инфраструктура на България*. София: Институт за приложна музеология [Boneva, Vera, Rusko Rusev 2017: *Regionalnite muzei v kulturnata infrastruktura na Bulgaria*. Sofia: Institut za prilozhna muzeologiya].

Робъртс, Кевин 2004: *Марките на любовта. Бъдещето отвъд търговските марки*. София: Фокус [orig. Kevin Roberts. *Lovemarks: The Future Beyond Brands*].

Хоугард, Съорен, Могенс Биере 2009: *Стратегически маркетинг на взаимоотношенията*. София: Ciela [orig. Soren Hougaard, Mogens Bjerre. *Strategic Relationship Management*].

Lecinski, Jim 2011: *Winning the Zero Moment of Truth (ZMOT)*. Vook Inc.

Viccars, John 2017: *Get the Most form Experiential Marketing*. Admap. Downloaded from WARC.

Walsh, John 2013: *Experiential Marketing*. Salem Press Encyclopedia.

Wiedmann, Klaus-Peter, Franziska Labenz, Janina Haase, Nadine Hennigs 2018: The Power of Experiential Marketing: Exploring the Causal Relationships among Multisensory Marketing, Brand Experience, Customer Perceived Value and Brand Strength. – *Journal of Brand Management*, 25, No. 2, 101–118.

Кристиян Постаджиян
Нов български университет
ул. Монтевидео, № 21, офис 408 I
София, БЪЛГАРИЯ
kpostagian@nbu.bg