Ян Цзяньфэй Перспективы и потенциалы развития нейротехнологий и их применения в электронной коммерции Китая

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Ян Цзяньфэй

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ - НЕЙРОТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ

1.1. Теоретические основы нейротехнологий

1.2. Инструменты нейротехнологических исследований

1.3. Инновации и маркетинговые инновации

1.4. Применение нейротехнологических инструментов в современном маркетинге

1.5. Маркетинговые инновации — от нейротехнологий до нейромаркетинга

Выводы по главе

ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИННОВАЦИЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ИННОВАЦИИ - НЕЙРОМАРКЕТИНГА В КНР

2.1. Инновации и инновационная деятельность в КНР

2.2. История появления и уровень развития нейромаркетинга в КНР

2.3. Уровень академической инфраструктуры и научных исследований в сфере нейромаркетинга в КНР

2.4. Законодательное регулирование сферы нейромаркетинга в КНР

2.5. Наиболее значимые компании, занимающиеся нейромаркетингом в КНР

2.6. Информированность и отношение китайского населения к применению

нейромаркетинга в коммерческих целях

Выводы по главе

ГЛАВА 3. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГА В РФ И КНР

3.1. Текущее состояние развития нейромаркетинга в РФ

3.2. Компании, занимающиеся нейромаркетингом в РФ

3.3. Сравнительный анализ факторов, влияющих на развитие нейромаркетинга в РФ и

КНР

Выводы по главе

ГЛАВА 4. АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГА В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ КИТАЯ

4.1. Появление и развитие электронной коммерции в Китае

4.2. Применяемый в электронной коммерции нейромаркетинг

4.3. Осведомлённость и отношение китайского населения к применению нейромаркетинга в сфере электронной коммерции

4.4. Электронная коммерция в эпоху пандемии и постпандемии

4.5. Рекомендации по дальнейшему развитию электронной коммерции

Выводы по главе

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ВВЕДЕНИЕ