

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Уфимский филиал

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО
на Ученом совете филиала

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Протокол от _____ № _____

_____ Т.В. Чинаев
« » _____ 2025г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
**«Маркетинг: создание искусственных потребностей и влияние личного
бренда на формирование потребительских предпочтений»**

Требования к уровню образования слушателей	лица, имеющие среднее специальное и (или) высшее образование, лица, получающие среднее специальное и (или) высшее образование
Категория слушателей	Руководители и специалисты, другие заинтересованные слушатели
Срок обучения	36 часов, до 1 месяца
Форма обучения	Очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения
Режим занятий	4-6 часов в день

№ п/п	Название модуля	Всего часов трудоемкости	В том числе				Форма контроля
			Аудиторные занятия ¹			Самостоятельная работа	
			Всего часов	из них			
				Лекции	Практическ ие занятия		
1.	Тема 1. Введение в концепцию искусственных потребностей	3	2	2		1	
2.	Тема 2. Методы и инструменты создания искусственных потребностей	5	3	2	1	2	Практико-ориентированное задание
3.	Тема 3. Искусственное усиление статуса: престиж и гедонизм в формировании спроса	3	2	2		1	
4.	Тема 4. Потребительская психология: Изучение мотиваций и механизмов принятия решений.	6	4	2	2	2	Практико-ориентированное задание
5.	Тема 5. Социальные стереотипы и культурные коды в маркетинговых	2	2	2			Практико-ориентированное задание
6.	Тема 6. Маркетинг в эпоху цифровой зависимости: геймификация и вовлечение, использование искусственного интеллекта в маркетинге	5	3	2	1	2	Практико-ориентированное задание
7.	Тема 7. Создание иллюзии выбора для формирования лояльности. (Использование данных о потребителях для создания персонализированных предложений, таргетинг на основе искусственно сформированных потребностей.)	6	4	2	2	2	Практико-ориентированное задание
8.	Тема 8. Манипуляции в маркетинге: Этические аспекты создания искусственных потребностей.	4	4	2	2		Практико-ориентированное задание
9.	ВСЕГО	34	24	16	8	10	
10.	Итоговая аттестация	2	2		2		Зачет
11.	Общая трудоемкость программы	36	26	16	10	10	

Разработчик программы: Старший преподаватель кафедры «Финансы и кредит» В.Ф. Кришталь

Заведующий кафедрой
«Финансы и кредит»

Ю.А. Рахматуллина

¹ С применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения