

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

Календарный учебный график
 программы повышения квалификации

«Маркетинг: создание искусственных потребностей и влияние личного бренда на формирование потребительских предпочтений»

Объем программы – 36 час.

Продолжительность обучения – до 1 месяца

Форма обучения – очно-заочная, с применением дистанционных образовательных технологий

№ п\п	Наименование дисциплин (модулей), тем	1 день	2 день	3 день	4 день	5 день	6 день	7 день	8 день	9 день	КР	СР	С	ПА	ИА	Всего
1.	Тема 1. Введение в концепцию искусственных потребностей	3									2	1				3
2.	Тема 2. Методы и инструменты создания искусственных потребностей	1	4								3	2				5
3.	Тема 3. Искусственное усиление статуса: престиж и гедонизм в формировании спроса			3							2	1				3
4.	Тема 4. Потребительская психология: Изучение мотиваций и механизмов принятия решений.			1	4	1					4	2				6
5.	Тема 5. Социальные стереотипы и культурные коды в маркетинговых					2					2	0				2
6.	Тема 6. Маркетинг в эпоху цифровой зависимости: геймификация и вовлечение, использование искусственного интеллекта в маркетинге					1	2				3	2				5
7.	Тема 7. Создание иллюзии выбора для формирования лояльности. (Использование данных о потребителях для создания персонализированных предложений, таргетинг на основе искусственно сформированных потребностей.)						2	4			4	2				6
8.	Тема 8. Манипуляции в маркетинге: Этические аспекты создания искусственных потребностей.								4		4	0				4
9.	Итоговая аттестация									2	0	0			2	2
10.	Итого	4	4	4	4	4	4	4	4	2	24	10			2	36

Заведующий кафедрой
 «Финансы и кредит»

Ю.А. Рахматуллина

Условные обозначения: КР – контактная работа; СР – самостоятельная работа; ПА – промежуточная аттестация; С – стажировка; ИА – итоговая аттестация.