

## **Программа повышения квалификации Маркетинг: создание искусственных потребностей и влияние личного бренда на формирование потребительских предпочтений**

Тема 1. Введение в концепцию искусственных потребностей

Тема 2. Методы и инструменты создания искусственных потребностей

Тема 3. Искусственное усиление статуса: престиж и гедонизм в формировании спроса

Тема 4. Потребительская психология: Изучение мотиваций и механизмов принятия решений.

Тема 5. Социальные стереотипы и культурные коды в маркетинговых

Тема 6. Маркетинг в эпоху цифровой зависимости: геймификация и вовлечение, использование искусственного интеллекта в маркетинге

Тема 7. Создание иллюзии выбора для формирования лояльности.

(Использование данных о потребителях для создания персонализированных предложений, таргетинг на основе искусственно сформированных потребностей.)

Тема 8. Манипуляции в маркетинге: Этические аспекты создания искусственных потребностей.