

Утверждено
Директор ООО «ИНФОУРОК»
В.А. Шишко

Курс повышения квалификации «Поведение потребителей: от классических моделей до нейромаркетинга»

Учебная программа курса

Цель	Совершенствование профессиональных компетенций слушателей в области управления поведением потребителей
Задачи	1. Дать представление о сущности, особенности и предпосылках поведения потребителей; 2. Сформировать знания о факторах, влияющих на поведение потребителей, в том числе психологические, социальные и культурные; 3. Сформировать знания о модели принятия решений о покупке и научиться применять их в практической деятельности; 4. Совершенствовать навыки взаимодействия с потребителями в интернете и использовать эффективные стратегии цифрового маркетинга; 5. Сформировать знания об основах нейромаркетинга, его методах и инструментах исследований, чтобы лучше понимать глубинные мотивы и потребности потребителей.
Категории обучающихся	Специалисты в области маркетинга или продаж (специалисты по маркетингу, аналитики, менеджеры по рекламе, менеджеры по связям с общественностью), руководители служб по сбыту и маркетингу, руководители торговых организаций, экономисты
Оценка качества	Промежуточная аттестация в форме тестов; итоговое тестирование
Форма обучения	Заочная. В процессе обучения применяются исключительно дистанционные образовательные технологии и электронное обучение
Прогнозируемые результаты	В результате обучения на курсе обучающиеся приобретут: Знания: • Сущности, особенности и предпосылки поведения потребителей; • Факторов, влияющих на поведение потребителей; • Моделей принятия решений о покупке; • Особенности взаимодействия с потребителями в интернете; • Потребительского поведения по отношению к новым товарам; • Психологических и биофизических основ принятия решений; • Рациональных и нерациональных экономических поведений; • Нейробиологических основ потребительского выбора; • О принятии решений в условиях риска. Умения: • Анализировать поведение потребителей и выявлять факторы, влияющие на их решения; • Применять модели принятия решений о покупке в практической деятельности; • Взаимодействовать с потребителями в интернете с учетом их особенностей поведения; • Анализировать и моделировать поведение экономических агентов. Навыки: • Проведения маркетинговых исследований; • Разработки эффективных маркетинговых стратегий; • Анализа и прогнозирования поведения экономических агентов; • Использования нейромаркетинговых методов в практической деятельности.
Выдаваемый документ	По окончании курса обучающийся получает печатное удостоверение о повышении квалификации установленного образца. Удостоверение высылается Почтой России