

**Негосударственное образовательное учреждение  
дополнительного профессионального образования  
Московская Школа Управления «СКОЛКОВО»**

Дополнительная профессиональная программа  
повышения квалификации  
«Как управлять поведением потребителя»

Цель реализации программы

Совершенствование имеющихся компетенций и получение новых компетенций в области экономических, социальных и психологических факторов, влияющих на поведение потребителя.

Планируемые результаты обучения

В результате освоения программы слушатели смогут:

- Улучшить свои аналитические и исследовательские навыки, применимые в решении практических задач бизнеса;
- Понимать основные драйверы и силы, влияющие на выбор потребителей;
- Освоить основные принципы клиентоцентричности и изменить философию работы с потребителями в компании;
- Создавать дизайн продуктов и решений, приносящий большую пользу клиентам;
- Улучшить продуктовые решения бизнеса за счет построения более умной архитектуры выбора клиентов;

Язык освоения образовательной программы

Образовательная программа осваивается на русском языке.

Требования к кандидату и вступительные испытания

- Наличие среднего профессионального и (или) высшего образования.

Выдаваемый документ об обучении

Удостоверение о повышении квалификации, подтверждающее прохождение обучения в Московской школе управления «СКОЛКОВО» по программе «Как управлять поведением потребителя».

Рабочие программы модулей / разделов

**Модуль 0. Вводный модуль**

Вводный модуль. Приветствие от профессоров. Установочная live-сессия.

**Модуль 1. Что влияет на решения потребителя. Основы поведенческого маркетинга**

Темы модуля:

- Как люди думают
- Поведенческие подходы в маркетинге. Нейро-основы поведенческих подходов
- Триггеры в поведенческой экономике

- Поведенческие тактики и подходы
- Базовое поведение потребителя. Эмоции, влияющие на принятия решений
- Паттерны и триггеры поведения потребителей на примере пищевого поведения
- Изменение культуры еды дома  
Практическое задание. Анализ личных пищевых паттернов.  
Разбор кейсов. Получение практического опыта в распознавании триггеров поведения.

## **Модуль 2. Как меняется выбор потребителя. Бизнес и данные**

Темы модуля:

- Как поведение потребителя может привести к изменению бизнес-практики.  
Интервью с практиками бизнеса
- Лояльность клиентов
- Зрелость рынка и поведение потребителя
- Как работают алгоритмы
- Искусственный интеллект и бизнес
- Парадоксы поведения российского потребителя  
Практическое задание. Анализ парадоксов поведения потребителя.  
Разбор кейсов.

## **Модуль 3. Как влиять на поведение потребителя на практике**

Темы модуля:

- Что такое опыт клиента и какой он бывает?
- Карта пути клиента. Текущий путь пользователя. Проектирование пользовательского пути
- «Правильный» путь клиента
- Сотрудник, как клиент
- 6 подходов к пониманию своего клиента
- Как исследовать своего потребителя и зачем  
Задание. Проектная работа по карте пути клиента

## **Модуль 4. Итоги обучения на программе**

Темы модуля:

- Оценка результатов обучения на программе
- Составление экшн-плана по внедрению новых практик в собственный бизнес