

**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?
  - Customer Journey Map. 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 CJM

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

Темы модуля:

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

| **Описание условия получения зачета**