

Программа «Цифровая доступность в маркетинге»

Программа носит практический характер и направлена на повышение квалификации специалистов в области маркетинга для работы с потребителями, имеющими те или иные сенсорно-когнитивные недостатки. Актуальность данной программы обуславливается тем, что сегодняшний потребитель **«сенсорно нормален»** с 18 до 30-35 лет, т.е. не имеет отклонений в области зрительного и слухового восприятия. После этого необходимы меры по адаптации маркетинговой информации к меняющемуся сенсорно-когнитивному профилю человека. Программа предполагает изучение особенностей человеческого познания и осмысления реальности также на разных возрастных фазах, в том числе, детей и старшего поколения.

Основной тезис программы: технологические и маркетинговые приемы усиления когнитивных способностей потребителей есть не что иное, как формы дополненной реальности. Это позволяет встроить курс с более широкий контекст маркетинга в эпоху мозаичных реальностей.

Программа «Цифровая доступность в маркетинге» опирается на стандарты Европейского акта об обеспечении цифровой доступности, а также Протоколы цифровой доступности, разработанные исследователями Автономного университета Барселоны.

Что я буду изучать:

- основы когнитологии;
- основы психосемантики;
- основы общей теории цифровой доступности;
- основы герменевтики погружающих информационных сред;
- практические методы реализации цифровой доступности.

Преимущества программы:

- сформировать перспективное видение развития потребительских сообществ и практические навыки взаимодействия с ними;
- вывести работы компаний на мировой уровень и обеспечить соответствие как общеевропейским, так и иным национальным стандартам в данной области.
- анализ лучших практик в данной области;
- преподавательский состав — к преподаванию будут привлечены лучшие российские и зарубежные специалисты.