

CURRICULUM VITAE (РЕЗЮМЕ)

Особисті дані:

Прізвище, ім'я, по батькові: **Кияниця Євгенія Олегівна**

E-mail: gane@i.ua
y.kyyanytsya@knute.edu.ua
eugeniakyianytsia@gmail.com

Освіта:

- | | |
|-------------|--|
| 1993 - 1995 | Київський Технікум Готельного Господарства, факультет «Готельний і туристичний менеджмент»
Спеціальність за дипломом: Менеджер по туризму |
| 1998 - 2000 | Регіональна Академія Управління
Спеціальність за дипломом: Економіка і менеджмент
Організацій |
| 2005 - 2010 | Київський Національний Університет Культури і Мистецтва
Спеціальність за дипломом: Менеджмент «паблік рілейшнз» |

Освіта після університету:

- | | |
|------|--|
| 2005 | Міжнародний тренінг-семінар "Системний підхід до продажів", м.Київ |
| 2006 | Міжнародний тренінг-семінар "Реклама та PR у видавничому бізнесі", м.Київ |
| 2007 | Міжнародний тренінг «Менеджмент для керівників», м. Київ |
| 2008 | Тренінг «Організація та проведення івент-заходів» м.Київ |
| 2009 | Міжнародний тренінг «Кризові комунікації: інструменти, рекомендації, помилки», м. Київ |
| 2011 | Міжнародний тренінг «Технології проведення переговорів», м. Київ |
| 2012 | Семінар-практикум «Лідерство. Система управління за цілями», м.Київ |

2010 – 2014 Аспірантура КНУКіМ, кафедра культурології, переведена на кафедру книгознавства, бібліотекознавства, бібліографознавства

30.06.2017 Захист дисертаційного дослідження за темою: «Розвиток зв'язків бібліотек з громадськістю в соціокультурному просторі регіону»

Знання мов:

вільно – російська, українська;
англійська – рівень intermediate;
німецька – базова

Коло професійних інтересів:

Сучасні маркетингові комунікації; організаційне та психологічне забезпечення рекламних кампаній і PR заходів; аналіз зарубіжного досвіду використання PR-технологій, нових інструментів реклами і PR; використання нових можливостей ІТ-технологій, дослідження креативних підходів до створення рекламних та PR-кампаній, соціальних ініціатив, поповнення знань щодо організації PR-заходів.

Професійний досвід:

Серпень 2017 – т\ч доцент кафедри журналістики та реклами в Київському Національному торговельно-економічному університеті

Серпень 2013 – 2017 Старший викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського університету імені Бориса Грінченка

Жовтень 2010 - 2014 Аспірантка КНУКіМ

Червень 2007 – 2009 Начальник управління громадських зв'язків об'єднання підприємств «ВіДі Груп»;

03.2007 – 06.2007 Комерційний директор телекомпанії «ЛІК-ТВ», телепроект «Парк Автомобільного періоду»;

2005 - 2007 Керівник відділу реклами щотижневого ділового видання «Інвестгазета»;

2004 - 2005 Менеджер відділу реклами, кореспондент Видавництва «Економіка»;

2002 - 2004 Координатор проектів Громадської організації «Товариство незалежних експертів»;

1995 - 2002

Провідний економіст операційного відділу
АКБ «України»

Деталі професійного досвіду:

- Реалізація маркетингових проєктів (від досліджень, планування до рекламних кампаній і PR-заходів)
- На посаді викладача здобула навички:
 - ✓ опрацювання великої кількості матеріалів для створення лекцій;
 - ✓ розробка тестових, контрольних семінарських, індивідуальних завдань;
 - ✓ розробка електронних навчальних курсів в системі MOODLE;
 - ✓ розробка і супровід педагогічної документації (профіль освітньої програми з напряму підготовки «Реклама і зв'язки з громадськістю», навчальний план з «Реклами та зв'язків з громадськістю», ліцензійна та акредитаційна документація тощо);
 - ✓ організація та проведення профорієнтаційної роботи;
 - ✓ проведення соціальних заходів для кафедри та інституту.
- На посадах керівника управління (відділу), забезпечувала таку діяльність як:
 - ✓ розробка стратегій та планування рекламних кампаній, PR-акцій;
 - ✓ моніторинг та дослідження ринку, моніторинг ЗМІ;
 - ✓ організація та проведення досліджень щодо ефективності рекламних заходів;
 - ✓ організація виставкових заходів, прес-конференцій, презентацій, брифінгів, семінарів;
 - ✓ організація інтерв'ю керівництва компаній з кореспондентами радіо-теледруківаних ЗМІ;
 - ✓ підготовка доповідей, рекламних звернень, прес-релізів, статей для ЗМІ;
 - ✓ замовлення і контроль за виготовленням рекламної та сувенірної продукції;
 - ✓ весь комплекс робіт з приводу презентацій, святкувань корпоративних подій;
 - ✓ опис бізнес-процесів УСО, розробка системи мотивації для співробітників управління;
 - ✓ розробка та контроль за виконанням медіа-плану;
 - ✓ переговори з рекламними та PR-агенціями, проведення тендерів, підписання контрактів.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ

1. Кияниця Є. О. Класифікація PR-технологій за специфікою використання в закладах культури / Є. О. Кияниця // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури: зб. наук. пр. НАКККіМ. – Київ : Міленіум, 2011. – Вип. XXVII. – С. 156–164.

2. Кияниця Є. О. Виникнення та розвиток поняття «паблік рилейшнз» / Є. О. Кияниця // *Культура і сучасність: альм. НАКККіМ.* – Київ : Міленіум, 2011. – № 2. – С. 26–131.
3. Кияниця Є. О. Культурна комунікація як інструмент розбудови діалогу між європейськими державами / Є. О. Кияниця // *Діалог культур: Україна – Греція: матер. III Міжнар. наук.-практ. конф., 20–21 верес. 2012 р.* – К. : НАККіМ, 2012. – С. 166 – 172.
4. Кияниця Є.О. Імідж організацій соціокультурної сфери: структурний підхід / Є. О. Кияниця // *Вісник Харківської державної академії культури: зб. наук. пр.* – Харків : ХДАК, 2014. – № 44. – С. 78–85.
5. Кияниця Є.О. Перспективи використання технологій паблік рилейшнз у соціально-культурній сфері / Є. О. Кияниця // *Вісник Книжкової палати: наук.-практ. журн.* – Київ : Книжкова палата України, 2014. – № 10. – С. 47–56.
6. Кияниця Є.О. Специфіка функціонування «паблік рилейшнз» в контексті соціокультурної динаміки / Є. О. Кияниця // *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи.* – Вінниця : «Діло», 2014. – С. 247–254.
7. Кияниця Є. Еволюція зв'язків з громадськістю в діяльності організацій соціально-культурної сфери України // Є. О. Кияниця // «ScienceRise». – № 4 (9). – Харків, 2015. – С. 78–83.
8. Кияниця Є. Использование креативных технологий в политической рекламе // Є. О. Кияниця // *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки: науч. журн.* – Краснодар : «Издательский Дом-Юг», 2015. – № 1. – С. 56–61.
9. Ievgeniia Kyianytsia The study of classification of event communication in library sphere \\\ KyianytsiaIevgeniia \\\ Eureka: social and humanities. – Publisher «Scientific Route», 2016. – № 5. – P. 11–18.
10. Кияниця Є. О. Тенденції та перспективи співпраці сучасної бібліотеки із ЗМІ // Є. О. Кияниця // *Вісник Книжкової палати : наук.-практ. журн.* – Київ : Книжкова палата України, 2016. – № 4 (237). – С. 45– 48
11. Кияниця Є. О. Аналіз основних моделей зв'язків з громадськістю в соціально-культурній сфері / Є. О. Кияниця // *Інтегровані комунікації : наук. журн.* – Київ : Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка, 2016. – № 1. – С. 36–42.
12. Кияниця Є. Зв'язки бібліотек з громадськістю в соціокультурному просторі регіону : монографія / Є.О. Кияниця - К. : Ліра, - 2018. – 120 с.
13. Кияниця Є. Створення плану поінформованості регіональних громад про новачі бібліотеки / Є. О. Кияниця // *Вісник Книжкової палати: наук.-практ. журн.* – Київ : Книжкова палата України, 2018. – № 10. – С. 49–58.
14. Кияниця Е. Креативные технологии в производстве социальной рекламы: правило или необходимость / Е.О. Кияниця // *European journal of humanities and social sciences.* – Vienna : Premier publishing, 2018. - №4. – С. 7-12
15. Кияниця Є.О. Контент і таргетинг – основні елементи новітньої медіалогії / Є.О. Кияниця // *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації.* – Київ. – 2018. - №2. – С. 167 - 171
16. Кияниця Є.О. Медіакомунікації в умовах глобальних викликів інформаційно-цифрового суспільства \\\ Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика» - 2019. – №37.- С. 64-68 с.

17. Кияниця Є.О. Структурний підхід до формування медіалогії як науково-практичного напрямку // Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації» - 2019. -№2. – С.146-151
18. Кияниця Є.О. Роль класичних та інтерактивних медіа в інформаційно-цифровому суспільстві // Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації - 2019. -№3. С.146-151
19. Кияниця Є.О. Роль медіапсихології у формуванні контенту сучасних медіа // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації.- 2020. №1. С. 200-205.
20. Natalya Metelenko, Larysa Ivanenko, Ievgeniia Kyianytsia, Oksana Holik, Marianna Konopliannykova, Galyna Briukhanova. Formation of an enterprise strategy based on marketing monitoring of consumer behavior \\ International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology (IJARET) Volume 11, Issue 4, April 2020, pp. 464-476, Article ID: IJARET_11_04_043 Available online at <http://www.iaeme.com/IJARET/issues.asp?JType=IJARET&VType=11&IType=4> ISSN Print: 0976-6480 and ISSN Online: 0976-6499
21. Tetyana Semigina, Ievgeniia Kyianytsia, Zoriana Vysotska, Liudmyla Kotlova, Antonina Kichuk, Iryna Shostak. Methods of regulating the psychoemotional state of stude \\ International Journal of Management (IJM) Volume 11, Issue 6, June 2020, pp. 586-599, Article ID: IJM_11_06_050 Available online at <http://www.iaeme.com/ijm/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=6> ISSN Print: 0976-6502 and ISSN Online: 0976-6510 DOI: 10.34218/IJM.11.6.2020.050