



Освітня програма «РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС»

МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Підготовка маркетолога, який вміє оцінювати сильні сторони підприємства та з урахуванням потреб клієнтів, стратегій конкурентів обирати інноваційні маркетингові комунікації, розробляти дієві рекламні кампанії.

МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ (ПОСАДИ)

- ✓ Фахівець відділу реклами та маркетингових комунікацій
- ✓ Менеджер креативних проєктів
- ✓ Фахівець з реклами соціальних медіа
- ✓ Медіабайєр (Media Buyer)
- ✓ Комерційний копірайтер
- ✓ PR-менеджер
- ✓ Event-маркетолог
- ✓ Продюсер рекламних кампаній

РОБОТОДАВЦІ – ПАРТНЕРИ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ, УЧАСНИКИ ФОРМУВАННЯ ЗМІСТУ НАВЧАННЯ І ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ

Підприємства оптової та роздрібної торгівлі, послуг, зокрема: ТОВ «Студія реклами «Партизан», ПП «Фабрика Рішень «Червоні Вітрила», Агентство PR та інтегрованих комунікацій MSL Ukraine та інші.

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ (ПРЕДМЕТИ) ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Маркетинг. Рекламний креатив. Поведінка споживачів. Реклама в Інтернеті. Digital-маркетинг. Прогнозування цифрової поведінки споживачів. Психологія та інші.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

- Участь в освітньому процесі провідних практиків: телекомунікаційна компанія Lifecell – кейс-змагання «lifecell campus», засновники бренду Ancient Smithy – тьюторіал, рекламного агентства «Markidov agency», маркетологиня рекрутингової компанії «Group GTI» тощо
- Оволодіння інформаційними технологіями у професійній діяльності, а саме застосування технології Big Data, CRM-систем та методів SEO-оптимізації, створення логотипів засобами Штучного Інтелекту advpicture, сегментування клієнтів RFM-методом
- Активна робота студентського театру експериментального маркетингу STEM «Маркетинг 5.0»
- Залучення до маркетингових досліджень у сфері рекламного бізнесу на замовлення стейкхолдерів
- Участь у міжнародних та всеукраїнських студентських і професійних конкурсах з реклами
- Професійне володіння іноземною мовою на рівні B2.

Випускники освітньої програми є фахівцями у дослідженні маркетингового середовища, розробці маркетингової стратегії з урахуванням стратегій конкурентів, у визначенні маркетингових комунікацій, в розробці та веденні рекламних кампаній.



Інформаційний
буклет про
університет