



Освітня програма «РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС»

МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Підготовка креативного лідера з маркетингу, який вміє застосовувати цифрові інструменти та соціальні медіа для успішної реалізації рекламної кампанії клієнта та маркетингової стратегії підприємства рекламного бізнесу в умовах диджиталізації економіки, персоналізації сервісу і унікальних товарних пропозицій на насиченому споживчому ринку.

МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ (ПОСАДИ)

- ✓ Креативний директор медійного агентства
- ✓ Керівник департаменту маркетингу
- ✓ Фахівець з цифрової реклами та PR
- ✓ Фахівець з таргетованої реклами
- ✓ Креативний директор (кріейтор, АРТ-директор)
- ✓ PR-менеджер (івент-менеджер)
- ✓ Бренд-стратег (бренд-менеджер)
- ✓ Рекламний аналітик
- ✓ SEO-оптимізатор
- ✓ Стартап-маркетолог

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

Підприємства різних видів економічної діяльності, зокрема: ГО «Українська асоціація маркетингу», Агентство маркетингових досліджень «MASMI-UKRAINE», Видавничий дім «Картель», ТОВ «Ес Пі Маркетинг» та інші.

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ (ПРЕДМЕТИ) ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Маркетинг менеджмент. Маркетинг інновацій. Бренд-менеджмент. Стратегічний маркетинг. Управління лояльністю споживачів. Інвестиційний менеджмент. Управління змінами та інші.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

- Участь в освітньому процесі провідних практиків (лекції та майстер-класи засновниці освітнього диджитал-простору «Coolest», маркетолога ТОВ «Банда»; хакатони та воркшопи диджитал-маркетологів провідних рекламних агенцій)
- Оволодіння інформаційними технологіями у професійній діяльності: методи інтелектуального аналізу у плануванні споживчого попиту; технології Big Data у прогнозуванні цифрової поведінки споживачів; персоналізація пропозицій для конкретного споживача засобами Big Data; формування цифрового клієнтського профілю; фокус-групове опитування інтернет-користувачів; SEO-оптимізація; PPC; генерування логотипів бізнесу та банерної реклами для соцмереж засобами ШІ advpicture; приріст трафіку за допомогою цифрового міксу; управління клієнтською поведінкою за допомогою CRM-систем; сегментація клієнтів за лояльністю за допомогою RFM-методу
- Студентський театр експериментального маркетингу STEM «Маркетинг 5.0»

Випускники освітньої програми стануть креативними лідерами з маркетингу, концептуальними візіонерами, які вміють застосовувати цифрові інструменти та соціальні медіа для успішної реалізації рекламної кампанії клієнта та маркетингової стратегії підприємства рекламного бізнесу.

✉ kmr@knu.edu.ua



Інформаційний
буклет про
університет