



Освітня програма «ТРЕЙД-МАРКЕТИНГ»

МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Підготовка лідера з маркетингу, який вміє враховувати специфіку оптової та роздрібної торгівлі, діагностувати критичні проблеми, розробляти альтернативні маркетингові рішення для реалізації стратегії розвитку підприємства торгівлі.

МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ (ПОСАДИ)

- ✓ Провідні посади в міжнародних та національних компаніях з високим рівнем оплати праці
- ✓ Комерційний директор
- ✓ Директор з маркетингу
- ✓ Трейд-маркетолог
- ✓ Трейд-маркетинг менеджер
- ✓ Ритейл-менеджер
- ✓ Консультант з трейд-маркетингу
- ✓ Керуючий роздрібним магазином або торговельною мережею
- ✓ Фахівець з регіонального торгового маркетингу
- ✓ Фахівець з аналітики трейд-маркетингу

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

Підприємства оптової та роздрібної торгівлі, послуг, зокрема: ПрАТ «Оболонь», ТОВ «БУД ТЕХНО СЕРВІС», ТОВ «СК «ТЕН», ТОВ «ЗАММЛЕР УКРАЇНА», ТОВ «ДЕКАТЛОН Україна» та інші.

ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ (ПРЕДМЕТИ) ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Маркетинговий аналіз. Торговельні мережі. Оптова торгівля та дистрибуція. Бренд-менеджмент. Стратегічний маркетинг. Управління ланцюгами постачання. Управління лояльністю споживачів та інші.

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

- Участь в освітньому процесі провідних практиків: лекції бізнес-аналітика TemaBit Fozzy Group, директорки благодійної організації «Благодійний фонд «Поруч»; менеджера зі збуту ТОВ «Завод «Ремпобуттехніка»; майстер-класи маркетологів ТОВ «Банда» тощо.
- Оволодіння інформаційними технологіями у професійній діяльності: цифрові технології управління торговельним простором; технології Big Data для створення бази клієнтів; штучний інтелект для створення персоналізованих пропозицій; керування клієнтським досвідом через використання гейміфікації; технології віртуальної реальності для реалізації маркетингових стратегій; управління відносинами зі споживачами і партнерами за допомогою CRM- і PRM-систем тощо.
- Студентський театр експериментального маркетингу STEM «Маркетинг 5.0»
- Опанування підходів до розробки та реалізації трейд-маркетингових стратегій
- Можливості проведення бренд-трекінгу для посилення лояльності до бренду та підвищення обізнаності про торговельну марку.

Випускники освітньої програми мають навички щодо стимулювання продажів і впливу на поведінку споживачів, використовуючи нові можливості і цифрові інструменти маркетингу в ритейлі.

✉ kmr@knote.edu.ua



Інформаційний
буклет про
університет