



# Освітня програма «РЕКЛАМНИЙ БІЗНЕС»

ОС «МАГІСТР»

## МЕТА ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Підготовка харизматичних лідерів для креативної сфери, здатних: використовувати маркетинг як інструментарій нарощення вартості рекламного бізнесу, застосовувати релевантні правові норми та обмеження, обирати і впроваджувати цифрові технології в стратегічних комунікаціях, враховувати тенденції та перспективи розвитку рекламного ринку в умовах глобалізаційних змін.

## МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ (ПОСАДИ)

- ✓ Креативний директор медійного агентства
- ✓ PR-менеджер (івент-менеджер)
- ✓ Директор з розвитку рекламного бізнесу
- ✓ Бренд-стратег (бренд-менеджер)
- ✓ Керівник відділу цифрової реклами та PR
- ✓ Рекламний аналітик
- ✓ Керівник відділу зовнішніх комунікацій
- ✓ SEO-оптимізатор
- ✓ Креативний директор (крійтор, АРТ-директор)
- ✓ Стартап-маркетолог

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

Підприємства різних видів економічної діяльності, як-от: студія креативного дизайну і реклами «ІДЕЯ ФІКС», агенція з діджитал маркетингу «WETRUETEAM», ТОВ «Гуд Фудс Компані», цифрова консалтингова агенція «VIRNO Consulting», ГО «Українська асоціація маркетингу»

## ОСНОВНІ НАВЧАЛЬНІ ДИСЦИПЛІНИ (ПРЕДМЕТИ) ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ

Цифрові технології в рекламі. Бренд-менеджмент. Інтернет-маркетинг. Стратегічний маркетинг. Маркетинг-менеджмент. Управління лояльністю споживачів. Рекламний та медіаменеджмент. Audio&Video Production. Управління змінами.

## КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

- Участь в освітньому процесі провідних практиків (лекції та майстер-класи засновниці освітнього діджитал-простору «Coolest», маркетолога ТОВ «Банда»; хакатони та воркшопи діджитал-маркетологів провідних рекламних агенцій)
- Опанування інформаційних технологій у професійній діяльності, таких як: методи інтелектуального аналізу в 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; збільшення 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 й соціальні медіа для успішної реалізації рекламної кампанії клієнта і маркетингової стратегії підприємства рекламного бізнесу.

✉ [kmr@knote.edu.ua](mailto:kmr@knote.edu.ua)



Сайт  
університету