



**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

**ЦЕНТР
МАРКЕТИНГОВИХ
ІННОВАЦІЙ ТА
ЦИФРОВИХ
КОМУНІКАЦІЙ**



**Керівник центру
Юрченко Олександр Анатолійович,
гарант програми Маркетинг та цифрові
комунікації, к.е.н., доцент**

МЕТА ТА НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕНТРУ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ ТА ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙ



Метою діяльності Центру є формування та впровадження інноваційних маркетингових рішень, розвиток цифрових комунікацій, підвищення рівня професійних компетентностей студентів, викладачів і практиків у сфері маркетингу.



Візія Центру полягає у формуванні середовища, в якому інноваційні маркетингові ідеї, цифрові технології та креативні комунікаційні рішення трансформуються у прикладні інструменти підвищення конкурентоспроможності організацій, розвитку людського капіталу та сталого соціально-економічного зростання.

НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕНТРУ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ ТА ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЙ



ДОСЛІДНИЦЬКО-АНАЛІТИЧНИЙ
(ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ
ДОСЛІДЖЕНЬ)

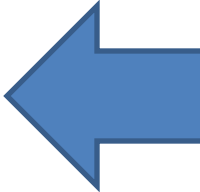


ОСВІТНЬО-ІННОВАЦІЙНИЙ (ТРЕНІНГИ,
ВОРКШОПИ, ХАКАТОНИ)

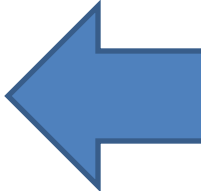


ПРОЄКТНИЙ

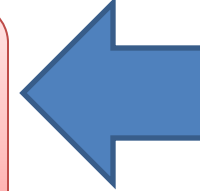
ПРАКТИКО-ОРІЄНТОВАНИЙ ТА
КОНСАЛТИНГОВИЙ



ЦИФРОВО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ



ПАРТНЕРСЬКИЙ ТА КОМУНІКАЦІЙНО-
МЕРЕЖЕВИЙ



КОМПЕТЕТНОСТІ, ЩО БУДУТЬ СФОРМОВАНІ

ЗАГАЛЬНІ

Здатність до критичного мислення, аналізу та синтезу інформації

Здатність до ефективної комунікації, роботи в команді та міждисциплінарної взаємодії в професійному середовищі

Здатність до інноваційної діяльності, самоосвіти та адаптації до змін у цифровому середовищі

Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

Здатність розробляти та реалізовувати маркетингові стратегії з використанням цифрових технологій

Здатність здійснювати маркетингові дослідження, аналізувати ринкові та поведінкові дані, застосовувати аналітичні інструменти для оцінювання ефективності комунікаційних рішень.

Здатність проєктувати, управляти та інтегрувати цифрові комунікації, брендинг

Здатність впроваджувати інноваційні маркетингові рішення, використовуючи сучасні цифрові платформи

ФАХОВІ

ДИСЦИПЛІНИ ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ ФОРМУВАННЯ ЗАЗНАЧЕНИХ КОМПЕТЕТНОСТЕЙ



ПРОВАЙДИНГ ІННОВАЦІЙ ТА
МАРКЕТИНГ СТАРТАП-ПРОЄКТІВ

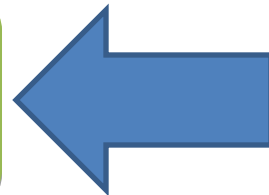


ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ

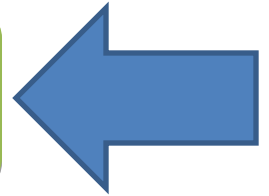


СУЧАСНІ ДІДЖИТАЛ-КОМУНІКАЦІЇ

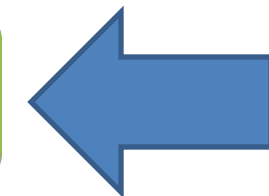
МАРКЕТИНГ



МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ



МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ



МАРКЕТИНГ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

