

AI მარკეტინგი

ლექტორები

ნიკო ჯავახიშვილი

კურსის დრო

12 შეხვედრა (24 საათი)

სასწავლო კურსის მიზნები

AI მარკეტინგი - პრაქტიკულ გამოცდილებაზე დაფუძნებული ინტენსიური კურსი, რომელიც აერთიანებს თანამედროვე მარკეტინგის ცოდნას და ხელოვნური ინტელექტის (AI) შესაძლებლობებს. კურსის მიზანია დაანახოს მონაწილეებს, როგორ ცვლის AI მარკეტინგის ყველა საფეხურს - კვლევიდან და სტრატეგიიდან კონტენტის შექმნამდე, რეკლამირებამდე და მომხმარებელთან ურთიერთობამდე.

სწავლების პროცესში მონაწილეები იმუშავენ რეალურ ან საკუთარ იდეაზე დაფუძნებულ ბრენდზე, შეისწავლიან AI ინსტრუმენტების გამოყენებას ყოველდღიურ მარკეტინგულ ამოცანებში, გააანალიზებენ მომხმარებლის ქცევას, შექმნიან კრეატიულ კამპანიებს და შეაფასებენ მათ შედეგებს. კურსის დასრულებისას მონაწილე შეძლებს დამოუკიდებლად დაგეგმოს და განახორციელოს AI-ზე დაფუძნებული მარკეტინგული სტრატეგია, რაც მნიშვნელოვნად გააფართოებს მის პროფესიულ ხედვასა და პრაქტიკულ შესაძლებლობებს თანამედროვე ბიზნესგარემოში.

სასწავლო კურსის შინაარსი

ლექცია 1: ხელოვნური ინტელექტის (AI) დანერგვა მარკეტინგში

- კურსის მიმოხილვა და მიზნები
- AI-ის როლი თანამედროვე მარკეტინგში

ლექცია 2: მარკეტინგისა და AI-ის ეკოსისტემის ანალიზი

- AI ინსტრუმენტების კატეგორიები
- როგორ ესადაგება AI მარკეტინგის funnel-ს
- ქეისები
- დავალება #1

ლექცია 3: მომხმარებლის ანალიზი და ბაზრის კვლევა AI-ის საშუალებით

- მონაცემთა წყაროები
- ტენდენციებისა და სენტიმენტის ანალიზი
- მიღებული მონაცემების გამოყენება სტრატეგიაში

- დავალება #2

ლექცია 4: ბრენდინგი AI-ის ეპოქაში

- სტრატეგიული საფუძვლები
- ბრენდის იდენტურობის კომუნიკაცია
- ინსტრუმენტები ბრენდის ექსპრესიისთვის
- დავალება #3

ლექცია 5: AI მომხმარებლის სასიცოცხლო ციკლსა და სამომხმარებლო ლოიალობამდე მარკეტინგში

- მომხმარებლის სასიცოცხლო ციკლის მარკეტინგის მოდელები
- პროგნოზირებადი შენარჩუნება და ჩარნის მოდელები
- ლოიალობის, ჯილდოებისა და პერსონალიზაციის მექანიზმები
- დავალება #4

ლექცია 6: კონტენტის შექმნა AI-ის მეშვეობით

- იდეების გენერაცია
- ტექსტისა და დიზაინის გენერაცია
- ავთენტურობის შენარჩუნება
- დავალება #5

ლექცია 7: AI ციფრულ რეკლამაში

- პროგრამატული (Programmatic) რეკლამირების მექანიზმები
- მიზნობრივი აუდიტორიის შერჩევა
- კამპანიის დაგეგმვა
- დავალება #6

ლექცია 8: პერსონალიზაცია და სამომხმარებლო გამოცდილება

- პერსონალიზაციის ლოგიკა
- ჩატბოტები და მომსახურების ავტომატიზაცია
- პროგნოზირებადი ჩართულობა
- დავალება #7

ლექცია 9: ანალიტიკა და გაზომვა AI-ის მეშვეობით

- მარკეტინგული ანალიტიკის საფუძვლები
- ვიზუალიზაციისა და Dashboard ინსტრუმენტები
- პროგნოზირებადი ანალიზი
- დავალება #8

ლექცია 10: ეთიკა, მიკერძოება და გამჭვირვალობა AI მარკეტინგში

- მონაცემთა კონფიდენციალურობა და კანონმდებლობა
- მიკერძოება და სამართლიანობა
- მომხმარებლის ნდობა
- დავალება #9

ლექცია 11: მარკეტინგის პროფესიის მომავალი

- როლების ტრანსფორმაცია
- ადამიანური კრეატიულობა და მანქანური ეფექტიანობა
- მომავლის უნარების განვითარება
- დავალება #10

ლექცია 12: ფინალური პროექტის წარდგენა

სასწავლო კურსის სწავლის შედეგები

კურსის მსმენელები შეძლებენ:

- გაიაზრონ და ეფექტურად გამოიყენონ ხელოვნური ინტელექტის როლი მარკეტინგის ყველა ეტაპზე — კვლევის, სტრატეგიის დაგეგმვის, კონტენტის შექმნისა და შედეგების ანალიზის პროცესებში;
- განსაზღვრონ შესაბამისი AI ინსტრუმენტები კონკრეტული მარკეტინგული ამოცანების შესასრულებლად;
- გააანალიზონ მომხმარებელთა ქცევა და შექმნან პერსონალიზებული მარკეტინგული კამპანიები;
- გამოიყენონ AI ბრენდის იდენტობის ფორმირებისა და კომუნიკაციის სტრატეგიის შესაქმნელად;
- მიიღონ პროგნოზირებადი ანალიტიკაზე დაფუძნებული გადაწყვეტილებები;
- დაიცვან ეთიკური პრინციპები ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებისას;

- განავითარონ პროფესიული კომპეტენციები და გაზარდონ კონკურენტუნარიანობა თანამედროვე ბაზარზე.

ლექტორის შესახებ

- ნიკო ჯავახიშვილი არის მარკეტინგისა და ბრენდინგის ექსპერტი, რომელსაც გააჩნია 20 წელზე მეტი პროფესიული გამოცდილება სტრატეგიული ბრენდინგის, კვლევისა და მარკეტინგის მიმართულებით. ამჟამად ის დოქტორანტურაში ატარებს ინტერდისციპლინარულ კვლევას კოგნიტური ფსიქოლოგიის, ბრენდინგისა და ხელოვნური ინტელექტის გადაკვეთაზე;
- 2018 წლიდან ნიკო არის „Artificial Branding Intelligence“-ის კონცეფციის ავტორი და ამ მიმართულებით მუშაობს როგორც BranderGate, Inc.-ის დამფუძნებელი და მთავარი მკვლევარი. პარალელურად, ის არის AI-ზე დაფუძნებული მარკეტინგული პლატფორმების Marbox-ისა და Brandwise-ის დამფუძნებელი და მრჩეველი;
- მის წარსულ პროფესიულ საქმიანობაში შედის Creative Minds' Union – პროდაქშენ კომპანიის თანადაფუძნება და ხელმძღვანელობა (ლონდონი, გაერთიანებული სამეფო), ასევე ACT – Analysis and Consulting Team-ის თანადაფუძნება, რომელიც აღმოსავლეთ ევროპაში ერთ-ერთ წამყვან ბიზნეს-საკონსულტაციო კომპანიად ჩამოყალიბდა. კარიერა დაიწყო IPM Market Intelligence-ში, სადაც მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა საკონსულტაციო მიმართულების განვითარებაში;
- ნიკოს მიღებული აქვს სამედიცინო განათლება კლინიკური ფსიქოლოგიის სპეციალიზაციით, ფლობს ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების (IMC) არაერთ სერტიფიკატს MGI Management Institute (ნიუ-იორკი)-დან და პროფესიული გამოცდილება გაიღრმავა UC Davis-ში გავლილი ინტენსიური სტაჟირებით ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების მიმართულებით;
- ის გამოირჩევა ღრმა ექსპერტიზით ბრენდის სტრატეგიაში, კვლევასა და AI-ზე დაფუძნებულ კვლევა/ანალიტიკაში, აქვს მრავალწლიანი გამოცდილება საერთაშორისო ტექნოლოგიური და საკონსულტაციო პროექტების ხელმძღვანელობასა და მარკეტინგული გუნდების სტრატეგიულ მართვაში.