

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі



Досягнення та план розвитку гуртка «Маркетинг»



Не потрібно працювати багато – потрібно працювати у потрібний час у потрібному місці.

Найважливіше поняття у маркетингу – поняття бренду.

Якщо ви не бренд, ви не існуєте. Хто ж тоді ви? Ви –звичайний товар.

Майбутнє аж ніяк не чекає на нас, воно настало.

Якщо за рекламу ми платимо, то за зв'язок з громадськістю ми молимося.

Філіп Котлер

АКТУАЛЬНІСТЬ



- *Дослідження нових напрямків у розвитку маркетингу*

Ціль 1



- *Вдосконалення набутих знань*

Ціль 2



- *Підвищення конкурентоспроможності випускників на ринку праці*

Ціль 3



МЕТА ГУРТКА



*Креативний підхід до
вирішення завдань*



*Вдосконалення
наукового і творчого
мислення*

ЗАВДАННЯ ГУРТКА



організація науково-дослідної та винахідницької діяльності

створення умов для розкриття наукового та творчого потенціалу студентів

залучення студентів до участі у наукових конференціях, семінарах та круглих столах

розвиток взаємовідносин з організаціями та об'єднаннями в Україні та за її межами

сприяння формуванню високих моральних принципів та розширенню світогляду студентської молоді



НАШІ ДОСЯГНЕННЯ



Відвідання спеціалізованих виставок та форумів

Виступи на конференціях

Написання тез доповідей та статей з викладачами кафедри

Відвідання лекцій провідних фахівців галузі

Обмін досвідом із студентами-іноземцями

Участь у Всеукраїнській олімпіаді з маркетингу серед студентів ВНЗ

Співпраця з колишніми випускниками кафедри

Розробка дослідницьких проектів

Участь у студентських конкурсах

Маркетингові дослідження



survio

Анкета Настройки Сбор ответов Результаты

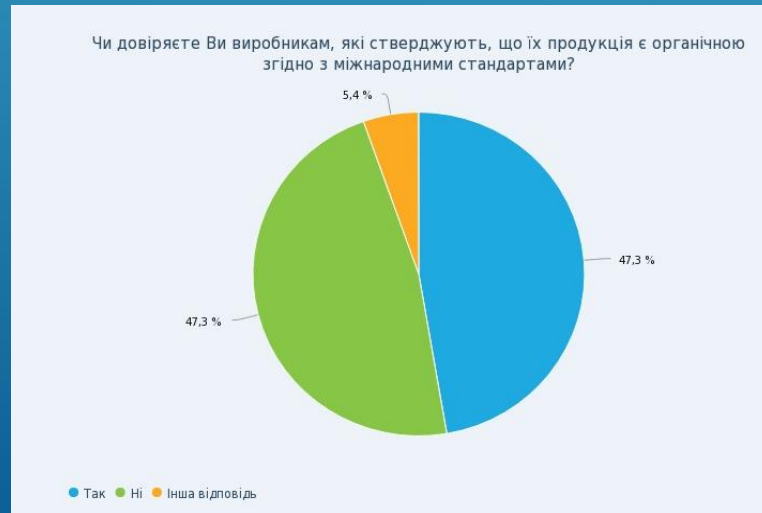
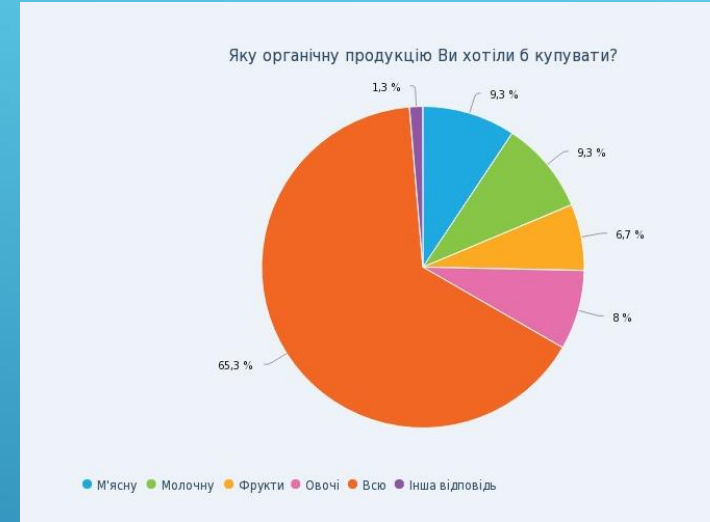
Предпросмотр Агрейд

Добавить логотип

Опитування на тему: "Поведінка споживача органічної продукції"

Доброго дня,
приділіть, будь ласка, декілька хвилин свого часу на заповнення наступної анкети.

НАЧАТЬ ОПРОС СЕЙЧАС



ПРАКТИЧНЕ НАВЧАННЯ



ІНСАЙТ/ДАНИ

Інсайт (з англ. insight) – розуміння чогось неочевидного, інформація яка дає таке розуміння. Споживчий інсайт – інструмент для маркетологів, частина стратегії просування товару/послуги, що дозволяє виділити продукт компанії на тлі конкурентів і досягнути успіху. Інсайт лежить в основі багатьох брендів.

Виступаючий:
Діана Гарбака
Ірина Коваленко
Молодцова Марія
Sasha Maslyuk

Zoom Meeting | Інформація про зустріч | Сховати стрічку меню

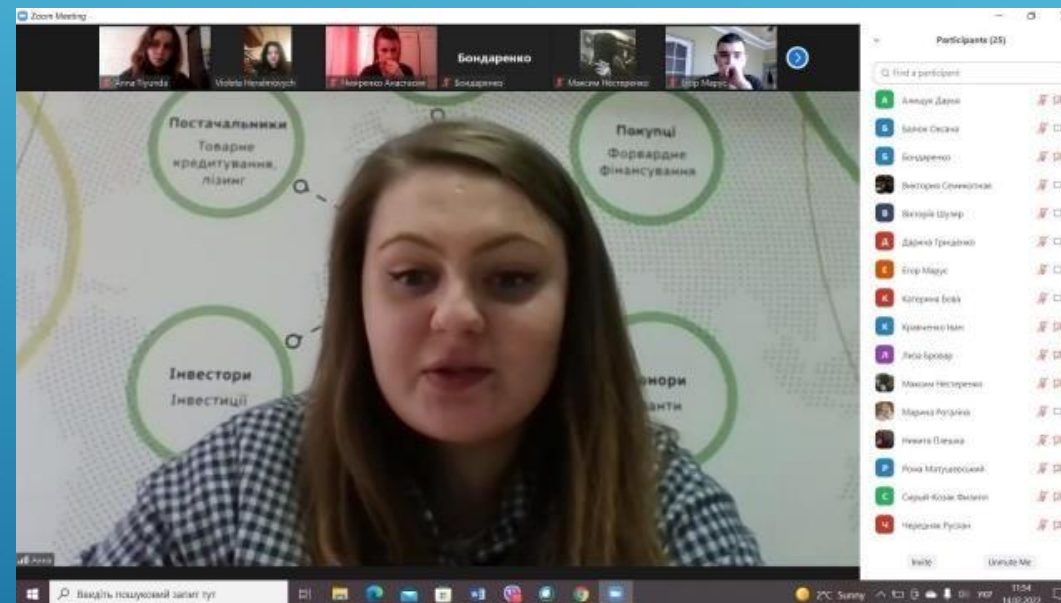
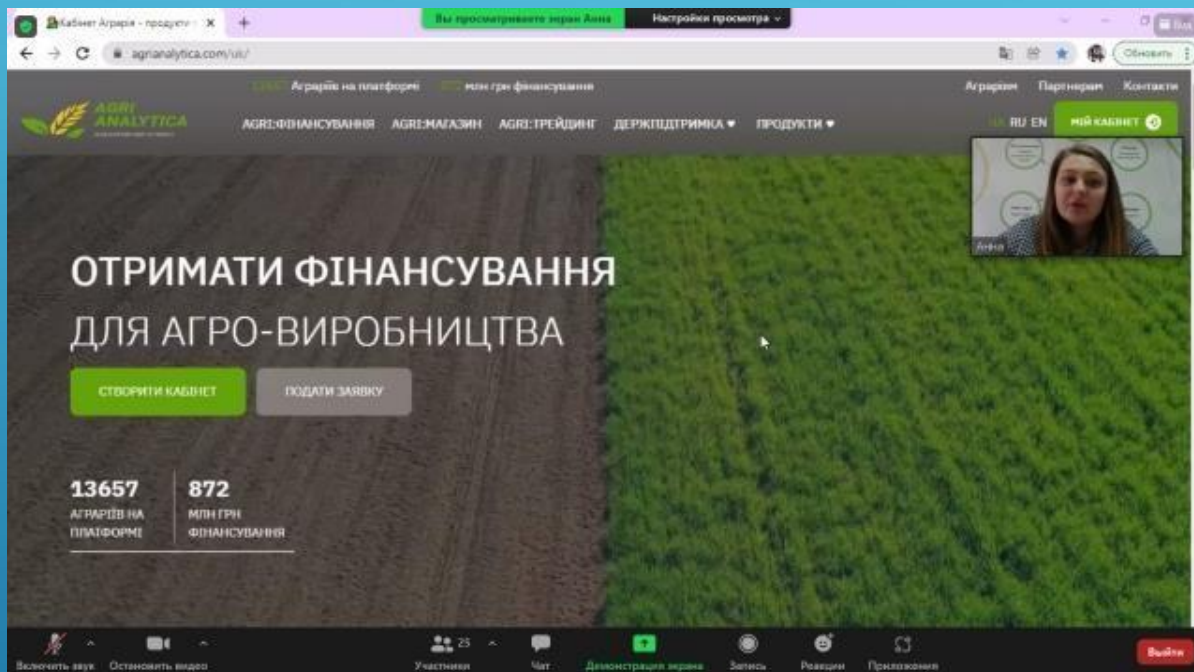
Учасники (26)

- Larysa Karpenko (Організатор, я)
- Bohdana Zahrebelna
- Horova Viktoriia
- Іван Трилицький
- Sasha Maslyuk
- Авремiшина Наташа
- Аліна Харченко
- Анастасія Махiборода
- Анна Бондар

Виключити все ми... | Включити все ми...

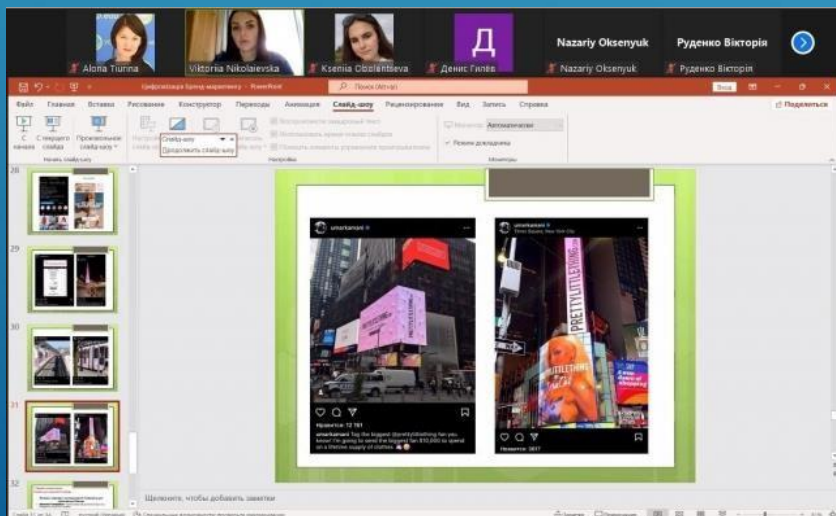
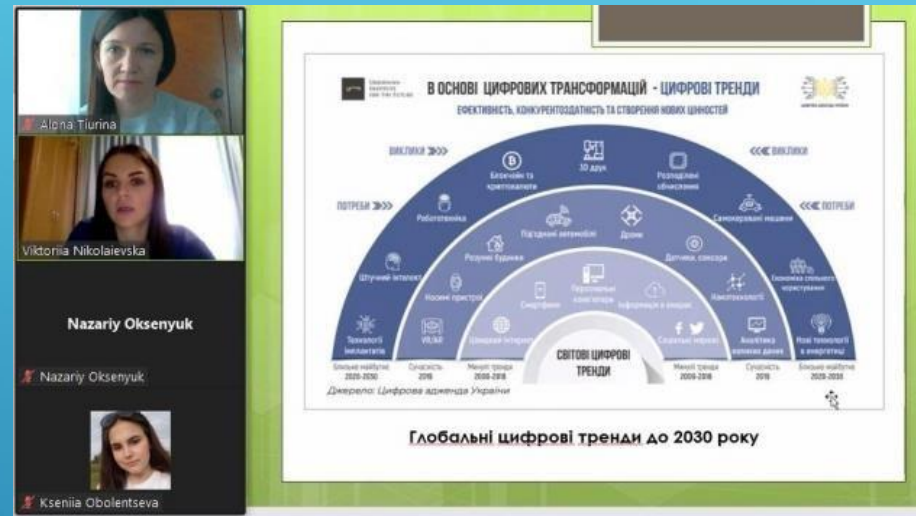
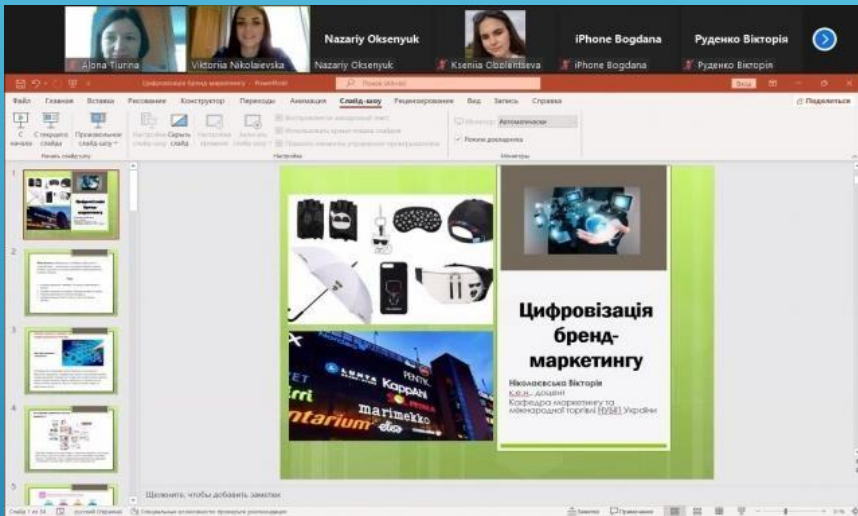
Вивчення теоретичних положень проведення маркетингових досліджень студентами-маркетологами

ПРАКТИЧНЕ НАВЧАННЯ



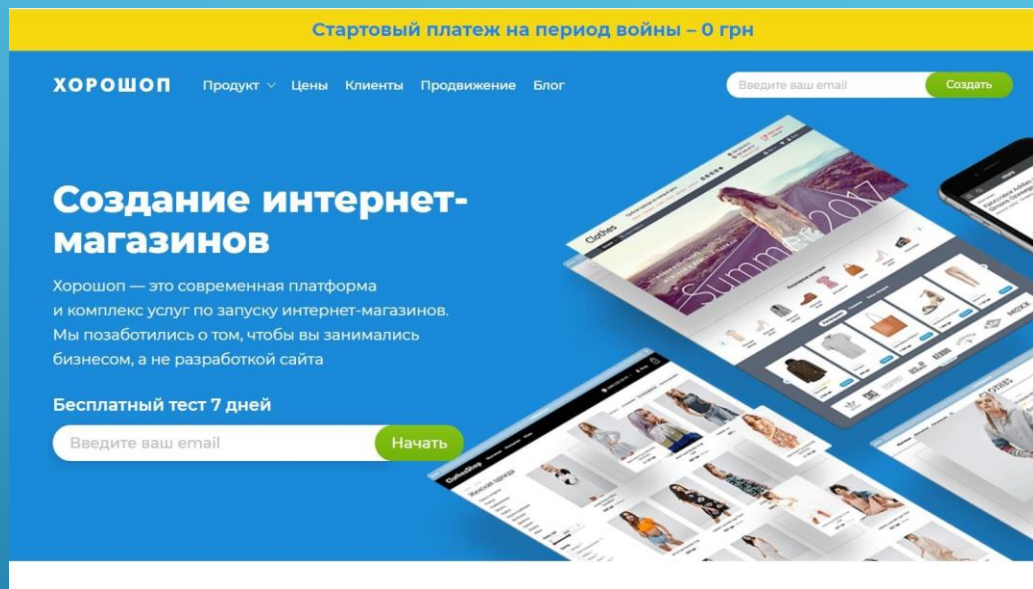
Онлайн-зустріч з керівником ТОВ «АГРІАНАЛІТИКА» (AGRIANALYTICA LIMITED LIABILITY COMPANY (AGRIANALYTICA LLC)) Анною Бендерською

ПРАКТИЧНЕ НАВЧАННЯ

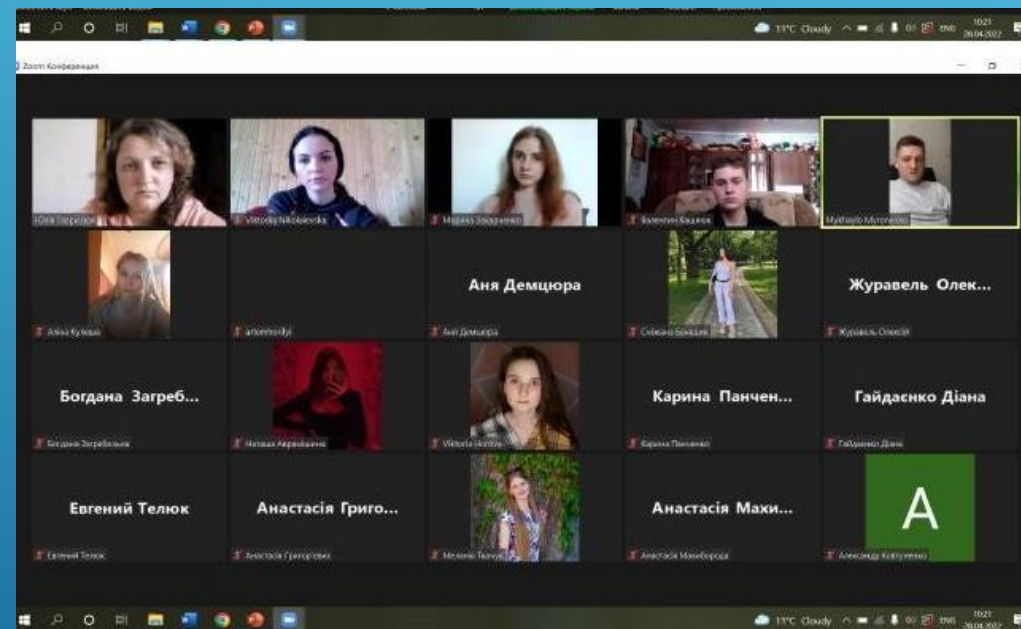


Обговорення гуртківцями- маркетологами основних трендів цифровізації бренд-маркетингу

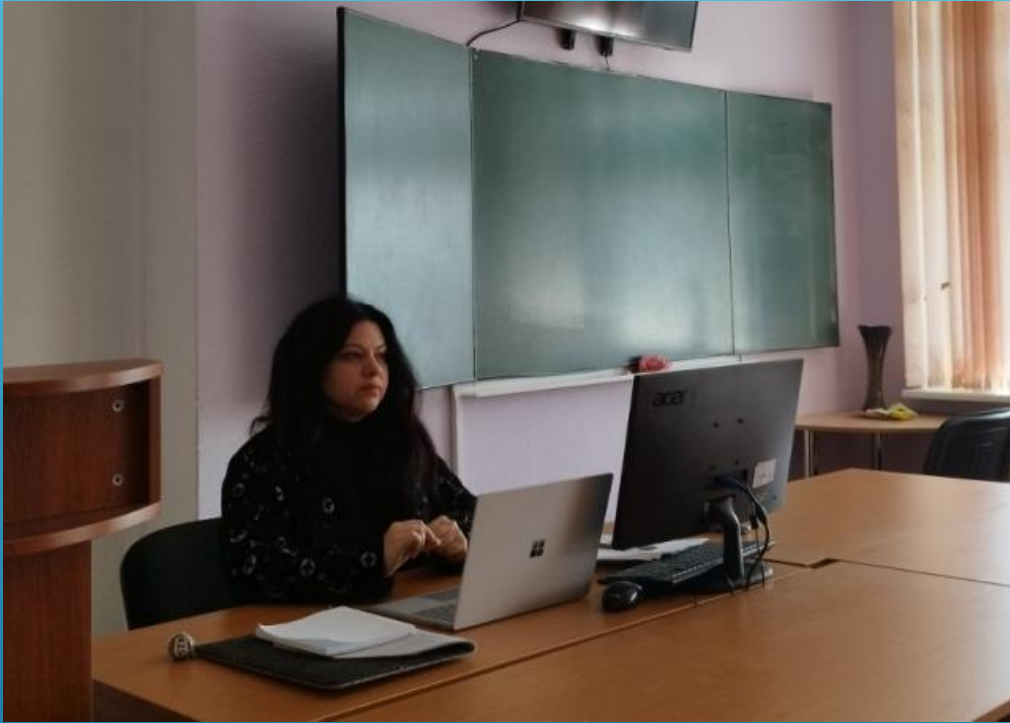
ПРАКТИЧНЕ НАВЧАННЯ



28 квітня 2022 року відбулася онлайн-зустріч маркетологів із Михайлом Мироненком, співвласником української ІТ компанії Хорошоп, яка займається створенням е-коммерс платформи для Інтернет магазинів.

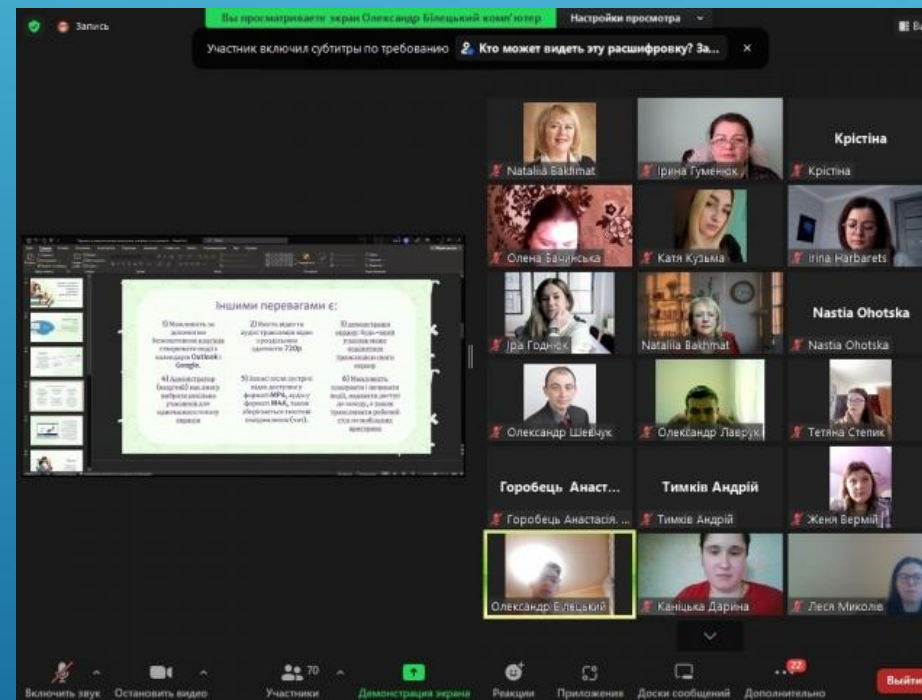
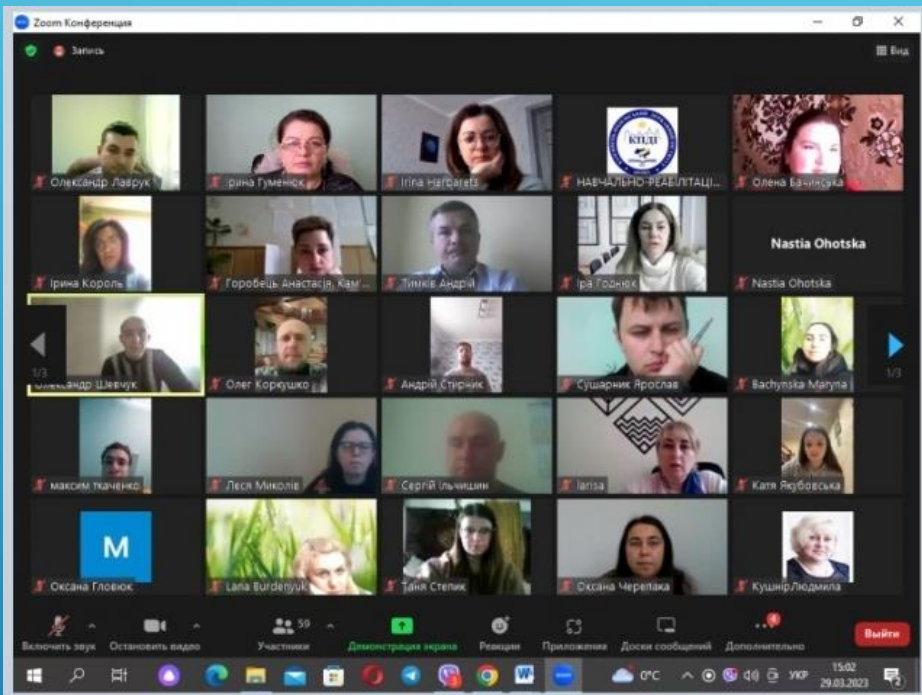


ПРАКТИЧНЕ НАВЧАННЯ



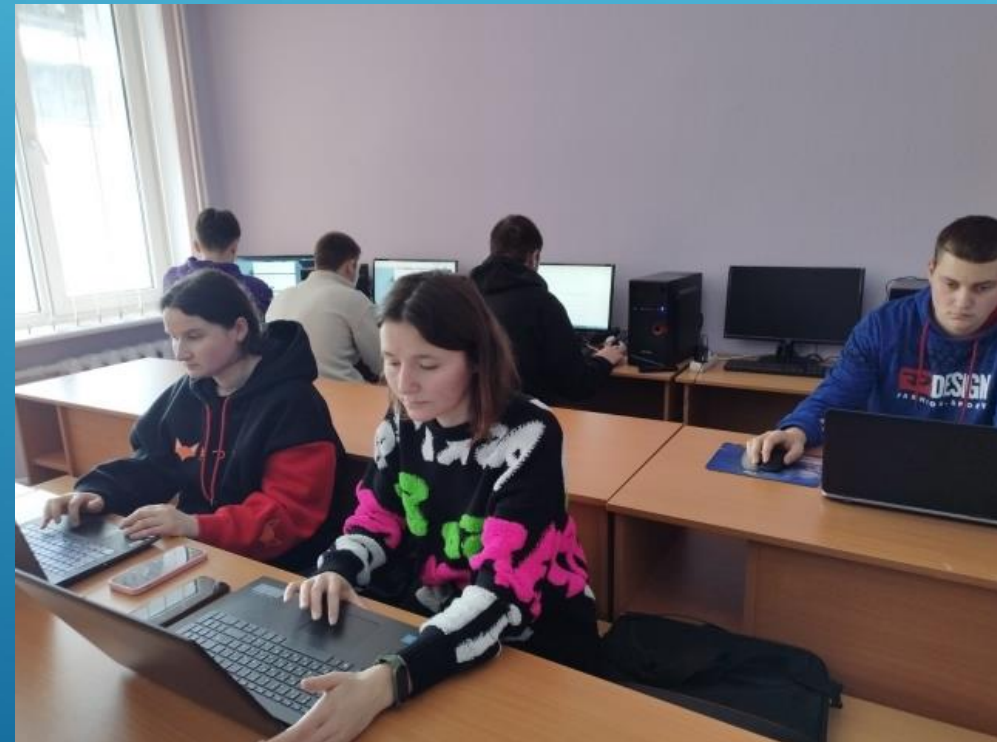
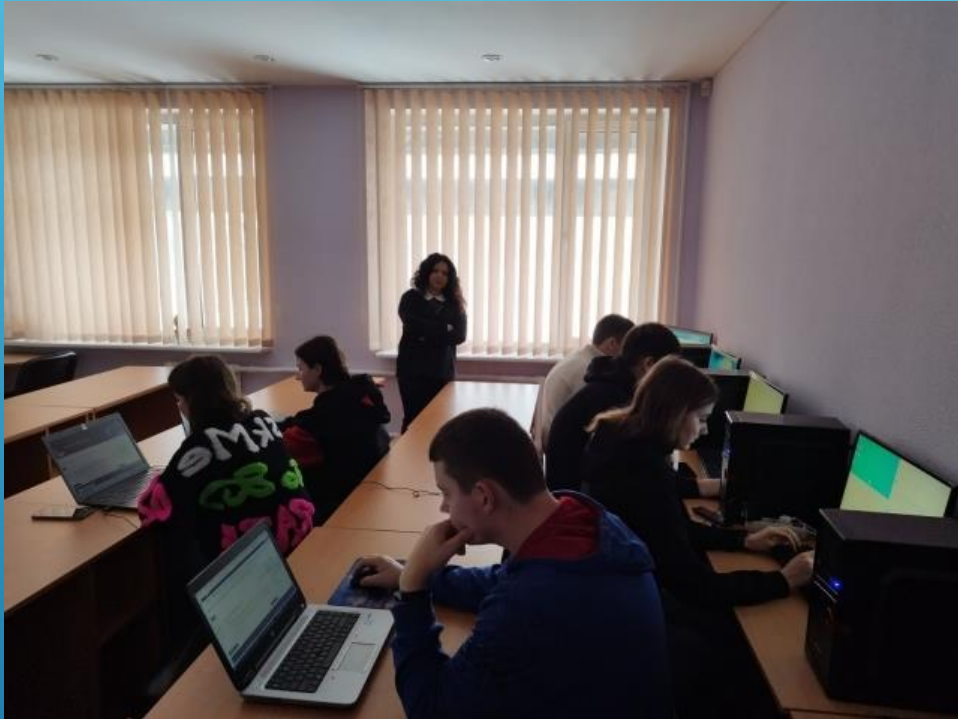
«Новітні технології в маркетингових дослідженнях» - тема наукової дискусії студентського гуртка "Маркетинг"

ПРАКТИЧНЕ НАВЧАННЯ



Участь членів студентського гуртка "Маркетинг" в онлайн дискусійній платформі *«Інформаційні технології як домінанта дистанційної освіти»*

ПРАКТИЧНЕ НАВЧАННЯ



Члени гуртка позмагались в сфері професійних знань за перемогу у олімпіаді з дисципліни «Маркетинг»

ПРАКТИЧНЕ НАВЧАННЯ



Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі та члени студентського гуртка взяли активну участь у проведенні Дня відкритих дверей 2023

ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ЗАХОДІВ



СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ



популяризація кафедри, факультету та університету

створення платформи для об'єднання студентської молоді

залучення до практичного використання навичок шляхом співпраці з відокремленими підрозділами університету, підприємствами, іноземними партнерами

налагодження співпраці з профільними кафедрами закордонних аграрних університетів

удосконалення маркетингових знань та налагодження комунікацій у процесі навчання

ПЛАН НА 2023/24 НАВЧАЛЬНИЙ РІК



участь студентів в олімпіадах, конкурсах, семінарах та науково-практичних конференціях

залучення відомих фахівців з маркетингу до участі у засіданнях гуртка

організація виїзних засідань гуртка на підприємства АПК України

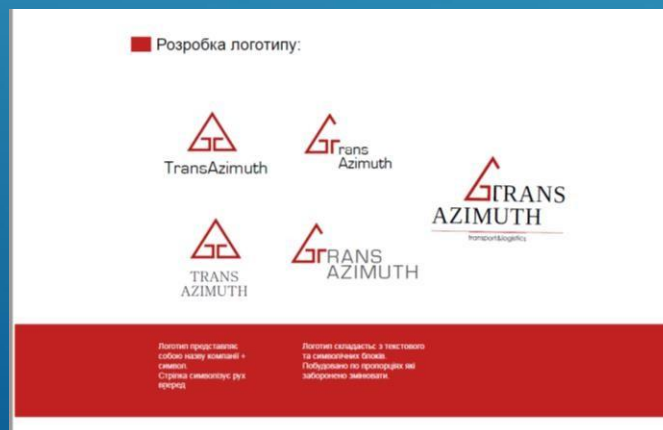
практичне знайомство з роботою служб маркетингу провідних компаній та агрохолдингів

пошук стратегічних партнерів для практичного навчання та майбутнього працевлаштування маркетологів

НАШІ ПРОЕКТИ



Конкурс «Кращий Brand book компанії»








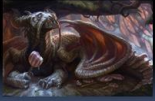






Конкурс «Кращий кадроплан до реклами продукту»

КАДРОПЛАН ДО РЕКЛАМИ МОРОЗИВА

1. На першому слайді буде показуватися як діти йдуть зі школи і вони не можуть пройти мимо крамнички з морозивом.
2. Потім за 10 метрів до крамнички вони починають бігти навздогін один по перед одного.
3. Далі відбувається приємне спілкування з продавцем.
4. Потім діти куштують морозиво.
5. Далі обговорюють між собою його смак та діляться приємними враженнями.
6. Діти діляться приємними враженнями.
7. Потім рекомендують скуштувати всім "Моя рекомендація".
- 8.

Кадроплан Морозива «Біла вежа»

1. 3 слайд. Темний екран.
2. 2 слайд. Показується фотографія що відтворює ситуацію вимовно слава відео. 
3. 3 слайд. За критичними мірками всі екрани мають переміститися на одне місце і це буде морозиво. 
4. 4 слайд. Кадр переміщується на білу вежу, показується де знаходиться ір часів каролів і дістання до морозива. 
5. 5 слайд. Пропагандистський запис про морозиво, який вивісив в дорогу. 
6. 6 слайд. Він знаходить ту вежу і починає шукати скарби, але все не так просто. 
7. 7 слайд. Випадає щось і знаходиться дракон і щоб отримати довгоочікуване морозиво треба пограти з ним. 
8. 8 слайд. Іде битва... дракон переможевий, лідер знаходить скарби. 
9. 9 слайд. Дракон вимовно сміється і каже: «Ваше морозиво дуже смачне і це не випадково! Це морозиво з смаком білого шоколаду і ягодами. Це морозиво і правда не має нічого спільного з морозивом – воно справді смачне». 
10. 10 слайд. Показується наш час. Голос за кадром: «І навіть сьогодні морозиво «Біла Вежа» рятуне нас усіх від невдоволеної смаку». 
11. 11 слайд. Показується сам товар і потім Темний екран. 

Конкурс «Кращий кадровий план до реклами університету»



ПРОЕКТ КАДРОПЛАНУ РЕКЛАМИ НУБІП УКРАЇНИ

ВІЗУАЛЬНІ ОБРАЗИ

1. Загальний дальній план:



Напис: "перлина Годосівка".

2. Загальний план: Рух



Напис: "провідний вищий аграрний навчальний заклад України".

3. Загальний план:



всередині. Напис: "сучасні корпуси з усім необхідним обладнанням".

4. Загальний план



Напис: "можливості для студентів у стажуванні та навчанні за кордоном".

5. Загальний план:



Напис: "перспектива працевлаштування відразу після закінчення навчання".

6. Загальний план:



ЗВУКОВИЙ СУПРОВІД

- Композиція ДрахаБраха – Весна (грає на протяжі всього ролику).
- Голос ректора: "Не впусти можливість – вступай до нас".

Кадроплан до реклами НУБІП України

Кадр №1:
Чорний екран.

Кадр №2:
Починає грати фонова музика. Студент прокидається і розуміє, що він не у своїй кімнаті. Він швидко встає, бере перший рюкзак, що побачив, куди туди квісь зостати.
Йде на кухню, швидко нарізає хліб, мовбасу, і вибігає з бутербродом в зубах.

Кадр №3:
Студент вибігає на зупинку, де бачить ще приблизно 50 студентів із бутербродами.

Кадр №4:
Починається перша пара-лекція, в сучасній аудиторії з проектором, всі студенти виглядають зацікавленими.

Кадр №5:
Пара закінчується трохи раніше, студенти вирушають у «Кухлиничі», купляють шось на свій смак, та розважаються у парку нашого університету.

Кадр №6:
Наступною парою буде фізкультура. Студенти діляться на групи і займаються кожен тим, чим хоче, адже НУБІП дає багато варіантів для розвитку ваших спортивних досягнень!

Кадр №7:
Після пар студенти розходяться хто куди: у бібліотеку, у гуртожиток або просто гуляти. Показуються різні цікаві місця НУБІПу.

Кадр №8:
Приходить повідомлення від старости про зустріч групи.

Кадр №9:
Вся група збирається ввечері на пікнік. Співають пісні на гітарі, грають в ігри, тощо. Реклама закінчується тим, що повільно гасне кострище.

Кадр №10:
Чорний екран.

Дякую за увагу!



**ДЯКУЄМО ЗА
УВАГУ!**