

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор НДІ економіки і менеджменту

д.е.н., професор  М. П. Талавіря

« 06 »  2018р.

:

ЗВІТ

**про роботу студентського наукового гуртка «Маркетинг»
за 2017/2018 навчальний рік**

:

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі

Четверик Олена Вікторівна

Старост гуртка:

Гречана Катерина Сергіївна

Янкова Ірина Валеріївна

:

Київ – 2018

Основна інформація про роботу студентського наукового гуртка «Маркетинг» за 2017/2018 навчального року

Наукова діяльність гуртка спрямована на розширення наукового потенціалу, формування навичок науково-дослідної діяльності студентів і полягає у наступному:

1) Навчити студентів працювати за позапрограмною літературою, інформацією про маркетинг та основні напрями його функціонування;

2) Самостійно проводити маркетингові дослідження, аналізувати кон'юнктуру ринків, динаміку попиту та пропозиції на товари та послуги, досліджувати поведінку споживачів та їх потреби, формувати звіти по проведеній маркетинговій роботі.

3) Розробляти маркетингові плани для підприємства загалом та його окремих підрозділів, а також вміти впроваджувати плани (або окремі його складові) в дію як на підприємствах аграрного сектору так і інших видах підприємств.

4) Вміти розробляти та впроваджувати в дію комплекс маркетингових комунікацій залежно від виду діяльності підприємств та мети його функціонування, особливо розробляти та впроваджувати рекламні та PR кампанії.

5) Здійснювати контроль за маркетинговою діяльністю на підприємствах аграрного сектору.

6) Застосовувати отримані результати в діяльності як підприємств аграрного сектору, так і інших видах підприємств та торгових компаній.

У 2017/2018 навчальному році студентських науковий гурток «Маркетинг» у своєму складі нараховував 35 постійно діючих студентів-гуртківців ОС «Бакалавр» та ОС «Магістр» напряму підготовки «Маркетинг» факультету аграрного менеджменту.

Проте, до роботи наукового гуртка протягом навчального року також були залучені студенти (не члени гуртка) у кількості 30 студентів.

Протягом навчального року було проведено 15 засідань гуртка, серед яких 6 засідань було проведено у I семестрі та 9 засідань у II семестрі 2017/2018 навчального року. На засіданнях було розглянуто план роботи гуртка, заслухано і обговорено 12 доповідей, підбито підсумки роботи, а також заслухано пропозиції учасників та активних студентів щодо роботи у наступному навчальному році. Протягом 2016/2017 навчального року до роботи гуртка були залучені провідні фахівці сфери маркетингу, які розповідали гуртківцям особливості маркетингової діяльності компаній, які вони представляють, та наголошували про вимоги ринку праці до маркетологів.

Члени гуртка протягом 2017/2018 навчального року приймали активну участь у Вузівських, Всеукраїнських та Міжнародних науково-практичних конференціях та семінарах, конкурсах студентських наукових робіт.

У ході діяльності наукового гуртка під керівництвом керівника гуртка та викладачів кафедри, студенти відвідали ряд виставок:

- XXII міжнародна виставка реклами REX 2017 та IT REX, яка відбувалася 20-22 вересня 2017р.;

- «Ukrainian Creative Week 2017» (24 жовтня 2017р);
- III Український рекламний форум, 13-ий Український фестиваль студентської реклами (23 листопада 2017р.);
- 11-й Національний Фестиваль Соціальної Реклами, 15 лютого 2018р.;
- VIII Міжнародна виставка інноваційних рішень в зерновому господарстві «Зернові технології 2018», «Овочі. Фрукти. Логістика» 15-17 лютого 2017р.
- «Франчайзинг» і форум «Індустрія торгівлі», 20-22 лютого 2018р.;
- «Рекламний полігон 2018» (27-28 лютого 2018р., відбувався на базі КНТЕУ);

- XXX Міжнародна агропромислова виставка «Агро 2018».

В рамках роботи наукового гуртка студенти брали активну участь у конференціях. Важливими науковими заходами у житті гуртка були наступні:

- Круглий стіл «Сучасний маркетинг: задачі, інструменти, можливості» 13 жовтня 2017р.;

- 71-та науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України», 23 листопада 2017р.;

- міжвузівська студентська науково-практична конференція «Захист прав споживачів в умовах суспільних трансформацій», 15 березня 2018р.

- науково-практична студентська конференція «Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України» (17 квітня 2018р.);

- IV Міжнародна конференція молодих вчених «Актуальні проблеми наук про життя та природокористування». Секція «Розвиток менеджменту та маркетингу в аграрному секторі економіки України» (25-27 квітня 2018р).

Студенти-маркетологи протягом 2017/2018 навчального року стали призерами Всеукраїнських студентських олімпіад з профільних дисциплін:

- у Всеукраїнській студентській олімпіаді з дисципліни «Аграрний маркетинг» Олександра Соловійова-Рум'яйцева (студентка 4 курсу 1 групи) посіла 2-ге місце, Партика Анастасія (студентка 4 курсу 2 групи) зайняла 4-те місце;

- у Всеукраїнської олімпіади для студентів вищих навчальних закладів III–IV рівнів акредитації зі спеціальності «Маркетинг» Олександра Соловійова-Рум'яйцева зайняла 2-ге місце. Також у олімпіаді брали участь інші студенти-маркетологи: Антіпова Павліна та Хоменко Марина.

Крім того, члени наукового студентського гуртка «Маркетинг» та інші студенти спеціальності беруть участь у виїзних засіданнях гуртка до передових підприємств України. Такі засідання відбувалися до ГК «Молочний альянс» 11 листопада 2017р. на ПАТ «Яготинський маслосирзавод», 20 квітня 2018р. на «Золотоніський маслоробний комбінат» та 31 травня на «Пирятинський сир завод»; 11 травня 2018р. студенти відвідали завод «Coca-cola» та інші підприємства. 14 червня 2018р. студенти 1 курсу відвідають пивзавод «Оболонь».

Досягнуті результати роботи гуртка:

- кількість тез, матеріалів доповідей членів гуртка – 79

№п/п	Студент	Назва конференції	Назва тез
1	Башмакова І. С.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Особливості розвитку бренду в ринковому середовищі
2	Васюта В. С.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Інноваційна діяльність як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств
3	Ващук І. П.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Специфіка ціноутворення на аграрну продукцію в Україні
4	Волошко Є. Р.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Бенчмаркінг як інструмент формування конкурентних переваг підприємства
5	Дьогтяр А. В.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Організація реклами на місці продажу в сфері роздрібної торгівлі
6	Гречана К. С.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Маркетингова політика розподілу підприємств лісогосподарської галузі
7	Дяченко І. А.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Основні складові маркетингового забезпечення діяльності підприємств
8	Єжак К. О.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Проблеми та перспективи українського експорту сиру

9	Лозоцька К. С.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Проблеми розвитку PUBLIC RELATIONS в Україні
10	Масько А. М.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Теоретичні аспекти маркетингового забезпечення діяльності сільськогосподарського підприємства
11	Найденко Ю. В.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Сучасний стан ринку кави в Україні
12	Настенко О. І.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Сучасний стан ринку морозива в Україні
13	Остроух Ю. С.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Особливості функціонування вітчизняного ринку свинини
14	Пальчевська А. В.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Брендинг як спосіб підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства
15	Партика А. С.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Аналіз ринку троянд в Україні
16	Подолян К. К.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	CRM-технології: управління лояльністю і сталістю як джерело доданої вартості у висококонкурентному середовищі та новий виклик автоматизованого маркетингового менеджменту

17	Соколова І. В.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Вплив бренду на трансформацію маркетингової підприємства стратегії
18	Сокурєнко О. О.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Теоретичні аспекти маркетингового дослідження
19	Стихальська Я. А.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Стратегічне планування маркетингової діяльності аграрних підприємств
20	Хоменко М. В.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Розвиток інтернет-маркетингу в Україні
21	Хромов С. О.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Зміст та основні елементи маркетингової діяльності
22	Шишуга В. М.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Тенденції розвитку ринку органічної олії в Україні
23	Швидун В. І.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Застосування франчайзингу в діяльності підприємств на ринку м'яса птиці
24	Гаврилюк О. М.	71-а науково-практична студентська конференція «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України»	Тенденції та перспективи впровадження інтернет-маркетингу
25	Антіпова П. Ф.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Сучасні тенденції на ринку хліба та хлібобулочних виробів України

20	Белюв В.В.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Сучасний стан та перспективи розвитку аграрного маркетингу на сільськогосподарському підприємстві
27	Білоручий Д.В.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Планування маркетингової діяльності та визначення стратегій підприємства ПАТ «ОБОЛОНЬ»
28	Бобровнікова К.В.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Діагностика конкурентоспроможності підприємства та його продукції на внутрішньому ринку
29	Буряк С.О., Каменева Ю.В.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Маркетингова діяльність в системі створення конкурентних переваг аграрних підприємств
30	Васюта В.С.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Інтернет-маркетинг як засіб розвитку аграрного підприємства
31	Гаврилюк О. В.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Сучасний стан та перспективи розвитку маркетингу органічної агропродовольчої продукції в Україні
32	Головаш Є.М.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Аналіз кон'юнктури ринку м'яса птиці в Україні
33	Довгопол Є.О., Самойленко Д.Г.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Інноваційний маркетинг в системі управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств
34	Дьогтяр А.В.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Організація реклами на місці продажу в сфері роздрібної торгівлі
35	Єжак К. О.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Проблеми і перспективи розвитку молочної галузі України
36	Журба В.В.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Маркетингові дослідження вітчизняного ринку продукції тваринництва
37	Ковтонюк С.Л.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Організація маркетингових досліджень на ринку органічної продукції
38	Костюк Я.В.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Маркетингові дослідження ринку цукру України
39	Кравченко А. І.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Можливості розвитку інтернет-маркетингу в Україні
40	Кравчук Н.А.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Інтернет-технології як інструмент маркетингу

41	Масько А.М.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Організаційні аспекти маркетингового забезпечення діяльності аграрного сектору
42	Микитенко О.В.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Основні засади розвитку маркетингової діяльності в аграрних підприємствах
43	Найденко Ю.В.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Ринок кави в Україні: сучасний стан і розвитку
44	Настенко О.І.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Дослідження поведінки споживачів на вітчизняному ринку морозива
45	Огороднік Ю.М.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Організація рекламної діяльності ПрАТ «ЧУМАК»
46	Онегіна О.С.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Маркетингова орієнтація збутової діяльності аграрних підприємств
47	Остроух Ю.С.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Особливості маркетингових досліджень на ринку м'яса
48	Партика А. С.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Аналіз елементів комплексу маркетингу ТОВ «АСКАНІЯ-ФЛОРА» на ринку квітів
49	Сирит В.С.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Нейромаркетинг як новий підхід до розуміння поведінки споживача
50	Сокурєнко О.О.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Маркетингові дослідження ринку меду в Україні
51	Соловйова-Рум'янцева О.Є.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Дослідження поведінки споживачів на ринку органічної продукції
52	Стихальська Я. А.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Особливості маркетингового планування в сільському господарстві
53	Суслова А. С.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Стан виставкової діяльності в Україні
54	Халковський Д. Є.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Розвиток франчайзингу в Україні
55	Ярош А. О.	Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України	Особливості організації маркетингової діяльності на переробному підприємстві

У 71-ій науково-практичній студентській конференції «Сучасні виклики у розвитку менеджменту і маркетингу аграрного сектору економіки України» переможцями стали: I місце - Хоменко Марина (магістрант) та Гаврилук Ольга (студентка 4 курсу 1 групи); II місце - Партика Анастасія (4 курс, маркетинг) та

Шишута Вікторія (магістрантка); III місце – Подолян Каріне (магістрант 2 року навчання).

У конференції 17 квітня 2018 року «Напрями розвитку маркетингу в аграрному секторі економіки України», яка проводиться в рамках заходів, присвячених 120-річчю НУБіП України, переможцями були: I місце – Олександра Соловйова-Румянцева, II місце – Партика Анастасія, III місце – Васюта Владислав та Гаврилюк Ольга.

- **кількість статей, опублікованих членами гуртка – 2**
- **кількість статей членів гуртка, опублікованих у фахових виданнях, у т.ч. у співавторстві з керівником гуртка – 0;**
- **кількість патентів на корисну модель або винахід, отриманих членами гуртка – 0;**
- **кількість патентів на корисну модель або винахід, отриманих членами гуртка – 0.**

- **кількість виступів студентів-учасників гуртка в семінарах, конференціях – 55.** Вищенаведені опубліковані тези доповідей обговорювалися на вузівських конференціях. Вищевказані студенти виступали з вищевказаними доповідями на секційних засіданнях конференцій, які відбувалися протягом 2017/2018 навчального року.

- **кількість студентів-учасників гуртка у виставках, форумах, фестивалях – 20.** Студенти наукового гуртка «Маркетинг» постійно відвідують виставки, форуми, навчальні тренінги та фестивалі. Постійними та активними учасниками виставок є 20 студентів гуртка.

- **кількість студентів-учасників гуртка в I турі Всеукраїнської студентської олімпіади з маркетингу – 5, які брали участь у II турі Всеукраїнської студентської олімпіади з маркетингу – 4.**

Діяльність наукового студентського гуртка «Маркетинг» відображено на web-сторінці і можна знайти за посиланням <https://nubip.edu.ua/node/32892>.

На заключному засіданні гуртка було підбито підсумки його роботи, а також заслухані пропозиції учасників щодо його роботи в майбутньому.

Позитивну роботу наукового студентського гуртка «Маркетинг» було четвертий рік поспіль відзначено дипломом I ступеня на Фестивалі студентської науки (2015р., 2016р., 2017р., 2018р).

Стратегія розвитку гуртка направлена на формування інтересу до наукових досліджень, в тому числі маркетингових, підвищення рівня наукової підготовки студентів, зокрема опанування ними професійних знань і практичних навичок з методики, форм, видів та способів проведення маркетингових досліджень, розробки рекламних кампаній та удосконалення діяльності підприємств з використанням маркетингу. Перспективними стратегічними напрямками роботи гуртка також є робота з потенційними роботодавцями, співпраця з іншими ВНЗ України та іноземними партнерами.

Основними стратегічними напрямками роботи наукового студентського гуртка «Маркетинг» є:

- 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 роботи гуртка на 2018/2019 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 аграрного сектору України;
- практичне знайомство з роботою служб маркетингу провідних компаній та агрохолдингів;
- пошук стратегічних партнерів для практичного навчання та майбутнього працевлаштування маркетологів.

Керівник гуртка

к.е.н., доцент кафедри
маркетингу та міжнародної торгівлі



О. В. Четверик