

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

Досягнення та план розвитку гуртка «Маркетинг»



«Люди купують не те, що Ви створюєте, а те, чому Ви це створюєте» – Simon Sinek.



АКТУАЛЬНІСТЬ

*Дослідження
нових напрямків у
розвитку
маркетингу*

*Вдосконалення
набутих знань*

*Підвищення
конкурентоспромож
ності випускників на
ринку праці*



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



ВІДВІДАННЯ ВИСТАВОК ТА ФОРУМІВ



*XXIII міжнародна виставка реклами та маркетингу REX
2019 і XIII міжнародна виставка сучасного друку T-REX*

ВІДВІДАННЯ ВИСТАВОК ТА ФОРУМІВ



**IV Український рекламний
форум
Український студентський
фестиваль реклами**



**Виставка-форум «Креативні
індустрії для бізнесу».**

УЧАСТЬ У КОНФЕРЕНЦІЯХ



CERTIFICATE OF PARTICIPATION ΛΟΓΟΣ

Certificate provides at least a 0,2 ECTS credits to awarded participants for being involved.

NVGG № 150520-120
dated 15.05.2020

Vladyslav Verbytskyi

participated in the International Scientific and Practical Conference

PUBLIC COMMUNICATION IN SCIENCE: PHILOSOPHICAL,
CULTURAL, POLITICAL, ECONOMIC AND IT CONTEXT

MAY 15, 2020 • HOUSTON, USA 

Euro Science Certificate № 22151 dated 17.04.2020 UKRISTEI (Ukraine) Certificate № 268 dated 19.03.2020



Proceedings of the International Scientific and Practical Conference
are published in the Collection of scientific papers ΛΟΓΟΣ.

URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/issue/view/15.05.2020>



Head of the European Scientific Platform
Chairman of the Organizing committee
HOLDENBLAT MARIIA



Участь студента
магістратури
Вербицького
Владислава у
Міжнародній
науково-практичній
конференції.
Х'юстон, США

ОЛІМПІАДИ З МАРКЕТИНГУ

У лютому 2020 року кафедрою маркетингу та міжнародної торгівлі було проведено I-й етап Всеукраїнської студентської олімпіади 2019-2020 н.р. серед студентів спеціальності «Маркетинг»



За результатами I етапу Всеукраїнської студентської олімпіади зі спеціальності «Маркетинг» було визначено наступних переможців:

серед студентів бакалавріату:

I місце - Отченко Еліна Олегівна

серед студентів магістратури:

I місце - Щербина Ростислав Юрійович



ПУБЛІКАЦІЇ СТУДЕНТІВ-ГУРТКІВЦІВ



БІОЕКОНОМІКА ТА АГРАР

OPEN JOURNAL SYSTEMS

Допомога

ІНФОРМАЦІЯ

Для читачів
Для авторів
Для бібліотекарів

ДОМАШНЯ СТОРІНКА ПРО НАС УВІЙТИ ЗАРЕЄСТРУВАТИСЯ
СТАТИСТИКА РЕДКОЛЕГІЯ ПАМ'ЯТКА

Домашня сторінка > Архів

ТОМ 10, № 2 (2019)

Платежі авторів

Цей журнал бере з авторів плату за наступні послуги.

Публікація однієї сторінки становить: 50,00 (UAH).

Окрім того оплачується надання

ЗМІСТ

СТАТТІ

ВКОРСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТУ МАРКЕТИНГУ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ
О. Babicheva, O. Havryliuk

ВПЛИВ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ НА РОЗВИТОК РИНКУ КУКУРУДЗИ
I. Mashchenko

UDC 004.9:631.11.027

USING MOBILE APPLICATIONS AS A MARKETING TOOL IN AGRIBUSINESS

O. I. Babicheva, PhD in Economics, Associate Professor Department of Marketing and International Trade, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-3786-0226
E-mail: helenmark044@gmail.com

O.V. Havryliuk, master of Marketing, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-4365-3143
E-mail: olga39516@gmail.com

Abstract: Studies have been conducted on current problems and prospects of using mobile Apps in Ukrainian agriculture. The mobile application market for agricultural businesses is analyzed along with their main features and benefits. The main limiting factors for the use of mobile applications in the agrarian sector of Ukraine are identified. The positive changes that are expected in this area as a result of the development of a national program for the introduction of digital services in the country, the development of infrastructure and the spread of high-speed mobile communication have been noted. Mechanisms of functioning of mobile applications as a marketing tool are defined. The main marketing goals of using the Mobile App in the agricultural sector, as well as the stages of their introduction to the market are highlighted. The basic types of mobile applications

НАУКОВІ КОНКУРСИ З МАРКЕТИНГУ



Бакалаврська робота **Бабич Вікторії** була відзначена дипломом **II ступеня**



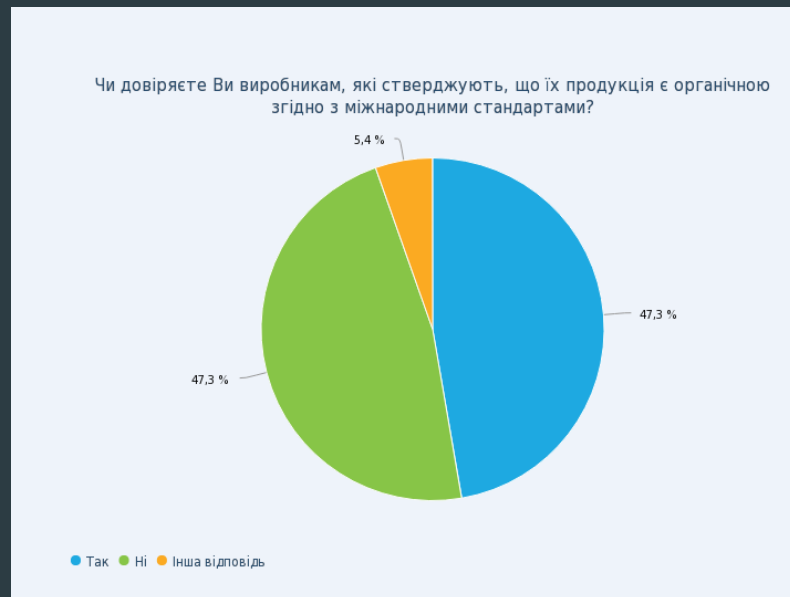
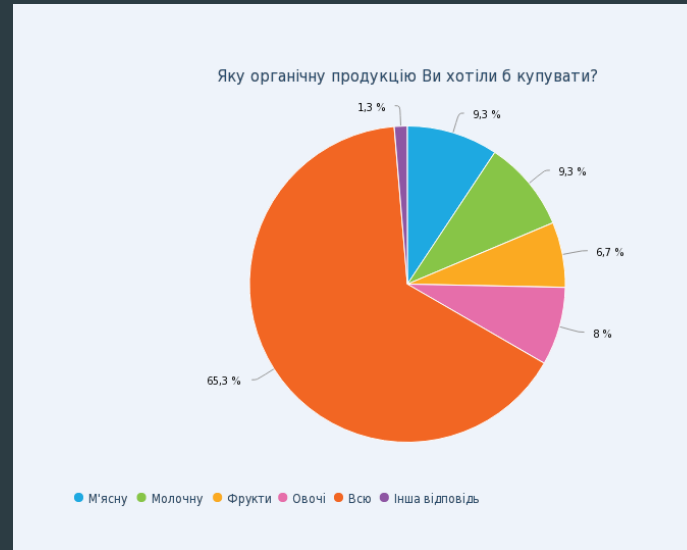
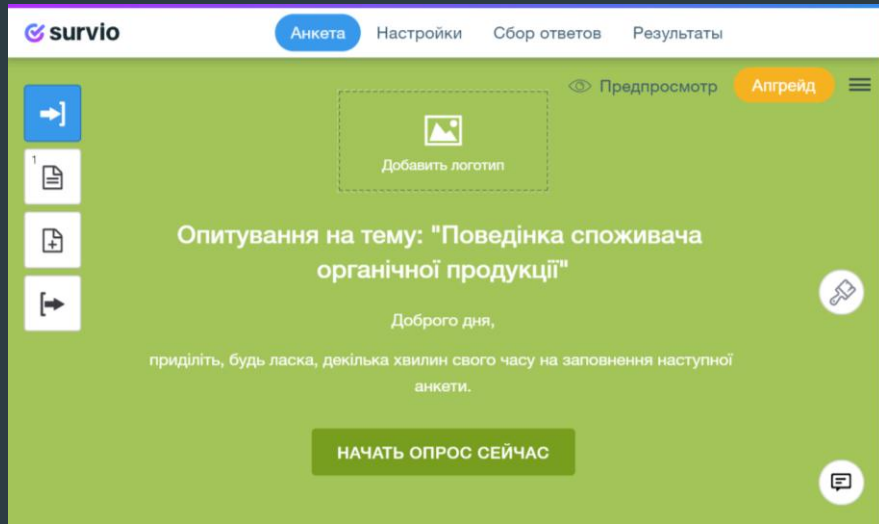
Магістерська робота **Галінської Анастасії** була також відзначена дипломом **II ступеня**



Маркетологи Національного університету біоресурсів і природокористування України вперше взяли участь у **IV** Всеукраїнському конкурсі дипломних робіт зі спеціальності «Маркетинг».

З представлених 173 робіт з 36 закладів вищої освіти наукові роботи наших маркетологів отримали високу оцінку вельмишановного журі.

Маркетингові дослідження



ПРАКТИЧНЕ НАВЧАННЯ



Англomовна презентація особливостей маркетингової діяльності
Пирятинського сирзаводу

ОПЕРАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ

Обов'язки

- Контроль результатів і швидкості виконання маркетингових дій
- Організація маркетингових заходів
- Допомога із аналітикою
- Робота із зовнішніми джерелами, партнерами, інфлюенсерами
- Допомога із комунікаціями
- Корпоративні ініціативи маркетингу та соціальної відповідальності
- Корпоративна комунікація в соціальних мережах (графік, контент)
- Виконання спеціальних завдань керівництва

Необхідні навички

- Вміти навчатися і прагнути професійно зростати і розвиватися
- Спійкість до стресів і гнучим (agility, flexibility)
- Не ставити питання поза рамками своїх компетенцій і вміти грати в команді
- Розуміти, чому була обрана кар'єра саме в маркетингу

ЛНЗ

ЯК МОЖНА ПОТРАПИТИ НА РОБОТУ?

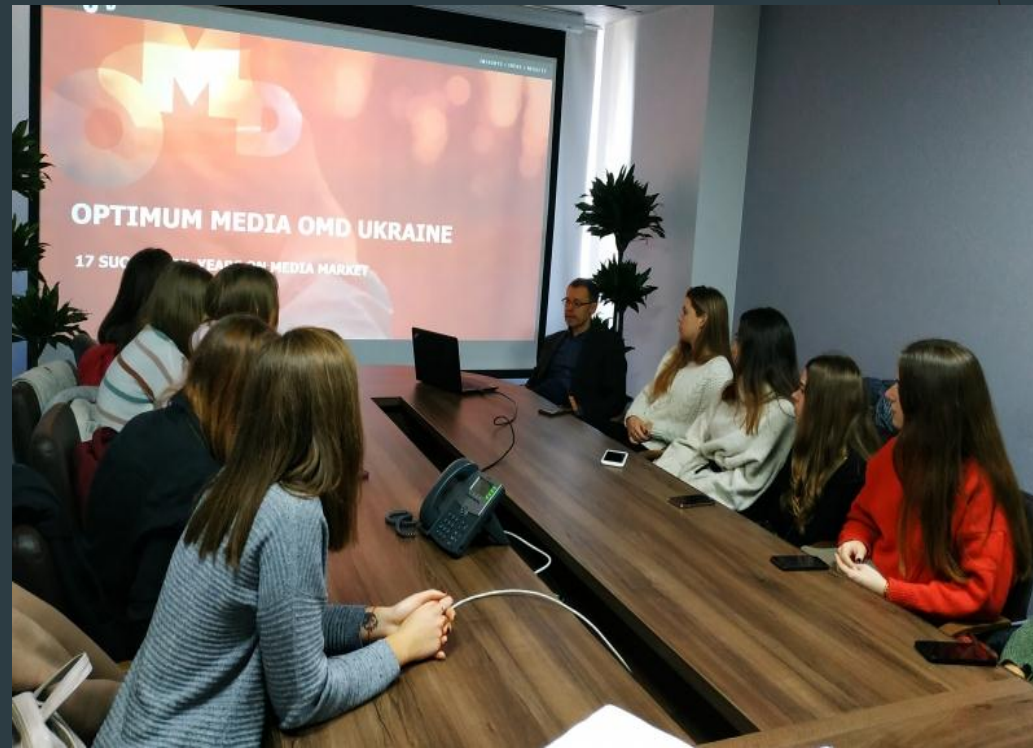
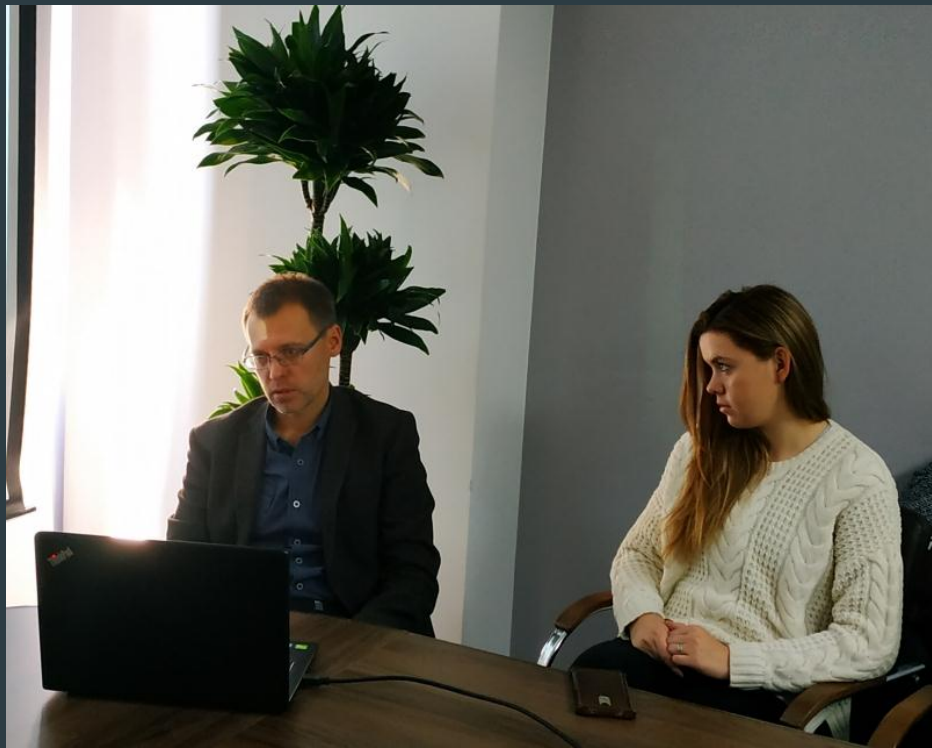
- Стажування
- Початкові позиції у маркетингу
- Волонтерство
- Тимчасовий підробіток

ЛНЗ

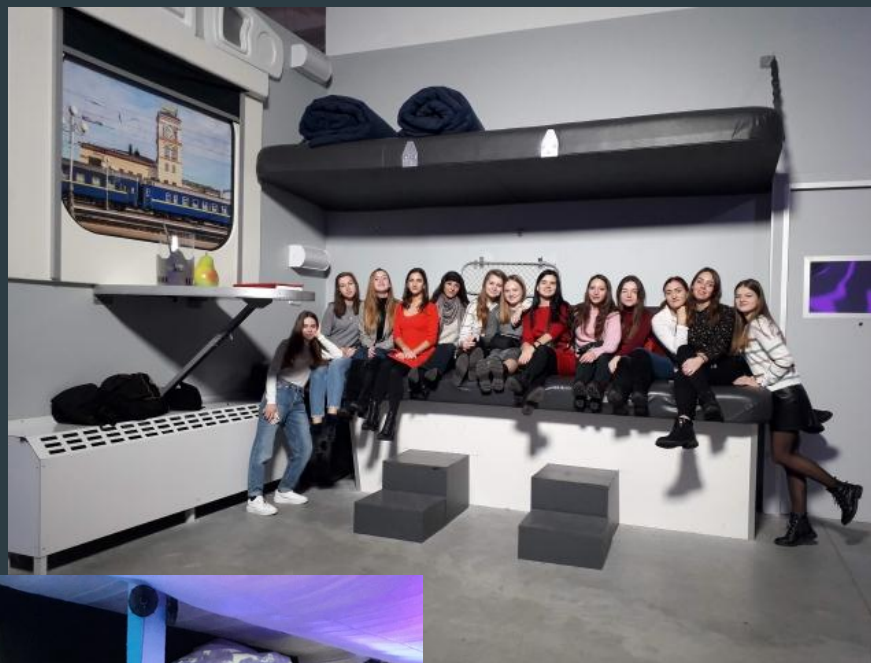


Зустріч студентів-маркетологів із представниками агрохолдингу LNZ Group, а саме директором з маркетингу «LNZ Group» та бізнес-тренером освітньої платформи Profi Space, Юлією Вікторівною Каменевою та, випускницею кафедри маркетингу, Катериною Сергіївною Гречаною

ЕКСКУРСІЇ



**Екскурсія до рекламного агентства «OMD Optimum Media Україна»:
знайомство з популярним digital-маркетингом**



Екскурсія по арт-простору Ukraine WOW



Екскурсія до найбільшого інноваційного в
Україні ринку «Столичний»



Екскурсія студентів-маркетологів до ПАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен»»

СПОРТИВНА РОБОТА

Федір Черкашин - молодий професійний боксер, що опановує фах маркетолога, переміг французького боксера *Патріка Менді*.



KNOCKOUT X
BOXING NIGHT X

ŁOMŻA / 07.03

TALE OF THE TAPE

24	WIEK	29
181	WZROST	175
15-0 10 KO	REKORD	18-15-3 1 KO
57	RUNDY	244
67%	%KO	3%

FIODOR CZERKASZYN

PATRICK MENDY

WAK superpolisa BLACHY PRUŻYŃSKI Zasmakuj i kandy BitBay brachole WP

МІЖНАРОДНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Магістри-маркетологи вже другий рік поспіль навчаються за програмою подвійних дипломів. У 2019-2020 навчальному році студентство НУБіП України представляють маркетологи *Дарина Миргородська* та *Сергій Приймачук*



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 2020/21 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



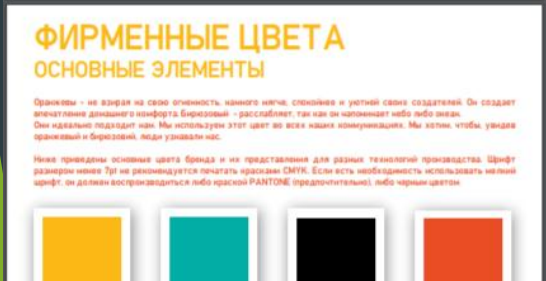
практичне знайомство з
роботою служб маркетингу
провідних компаній та
агрохолдингів

пошук стратегічних
партнерів для практичного
навчання та майбутнього
працевлаштування
маркетологів

НАШІ ПРОЕКТИ



Конкурс «Кращий Brand book компанії»



КАДРОПЛАН ДО РЕКЛАМИ МОРОЗИВА



На першому
слайді буде
показуватись як
діти йдуть зі школи
і вони не можуть
пройти мимо
крамнички з
морозивом



Потім за 10
метрів до
крамнички
вони
начинають
бігти
наздогін
один по
перед
одного



Далі
відбувається
приємне
спілкування
з
продавцем

Потім діти
куштують
морозиво



Далі
обговорюють
м'як собою
його смак та
діляться
приємними
враження



Діти діляться
приємними
враження



Потім
рекомендують
всім "Маля
рекомендує"

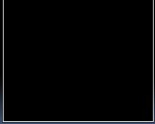


Конкурс «Кращий кадроплан до реклами продукту»

Кадроплан Морозива «Біла вежа»

1 слайд

Темний екран



1

2 слайд

Показується фотографія
про погоду в
літній час (сонячно, висока температура)
і показується відео
історія (маля морозиво
співає про погоду, яка
дає йому натхнення для
роботи «Біла Вежа»
морозива)



2

3 слайд

За критичними
мірками всі версії
були невдачливими
навіть легенди про те
чи варто їсти
маля «Біла Вежа»
морозива!



3

4 слайд

Кадр переносить
на білу вежу,
показується де
знаходиться і як
чудово гарно виглядає
дистанція до
морозива



4

5 слайд

Пропагандист
допоміжно
знайти шлях
морозива «Біла
Вежа» в дорогу



5

6 слайд

Він знаходить ту
вежу і починає
шукати морозиво,
але все не так
просто



6

7 слайд

Виявляється що
це величезний
древинний шоб
отримати
довгоочікуване
морозиво треба
поздобити



7

8 слайд

Іде бігти...
Діти
переможливі,
лише знаходять
сладке



8

9 слайд

Лягає вранці
спати, робить
записки про погоду
(тепло, сонячно, і т.д.)
і починає їсти
морозиво «Біла
Вежа» разом з
друзями



9

10 слайд

Показується наш
маля



10

11 слайд

Показується сам
товар і потім
Темний екран



11

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

<p>Кадроплан до реклами НУБІП України</p>	<p>Кадр №1: Чорний екран.</p>	<p>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 якісь зошити. Йде на вулицю, швидко нарізає хліб, мовбасу, і вибігає з бутербродом в зубах.</p>	<p>Кадр №3: Студент вибігає на зупинку, де бачить ще приблизно 50 студентів із бутербродами.</p>
<p>Кадр №4: Починається перша пара-лекція, в сучасній аудиторії з проектором, всі студенти виглядають зацікавленими.</p>	<p>Кадр №5: Пара закінчується трохи раніше, студенти вирушають у «Кухлиничку», купляють шось на свій смак, та розважаються у парку нашого університету.</p>	<p>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!</p>	<p>Кадр №7: Після пар студенти розходяться хто куди: у бібліотечку або просто гуляти. Показуються різні цікаві місця НУБІПу.</p>
<p>Кадр №8: Приходить повідомлення від старости про зустріч групи.</p>	<p>Кадр №9: Вся група збирається ввечері на пікнік. Співають пісні на гітарі, грають в ігри, тощо. Реклама закінчується тим, що повільно гасне кострище.</p>	<p>Кадр №10: Чорний екран.</p>	<p>Дякую за увагу!</p>



Дякуємо за
увагу!