

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

ЗВІТ

про роботу студентського наукового гуртка «Маркетинг»

за 2021/2022 навчальний рік

**Науковий керівник:
к.е.н., доцент кафедри маркетингу
та міжнародної торгівлі
Ніколаєвська Вікторія Вікторівна
Староста гуртка:
Оліфіренко Богдана**

Київ – 2022

**Основна інформація про роботу студентського
наукового гуртка «Маркетинг»
за 2021/2022 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 і послуги, досліджувати поведінку споживачів та їх потреби, формувати звіти по проведеній маркетинговій роботі;
3. Розробляти маркетингові плани для підприємства в цілому та його окремих підрозділів, а також вміти впроваджувати плани (або окремі його частини) 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 економічної діяльності підприємств та мети його функціонування, а саме розробляти рекламні та PR кампанії.
5. Здійснювати контроль за маркетинговою діяльністю на підприємствах аграрного сектору;
6. Застосовувати отримані результати на підприємствах не залежно від виду економічної діяльності.
7. У 2021/2022 навчальному році студентський науковий гурток «Маркетинг» у своєму складі налічував 29 постійно діючих студентів-гуртківців ОС «Бакалавр» та ОС «Магістр» напряму підготовки «Маркетинг» факультету аграрного менеджменту.

Проте, до роботи наукового гуртка протягом навчального року було залучено студентів (не членів гуртка) у кількості 17 осіб.

Протягом навчального року було проведено 15 засідань гуртка, серед яких 8 засідань гуртка було проведено у I семестрі та 7 засідань – у другому семестрі 2021/2022 навчального року. На засіданнях було розглянуто план роботи гуртка, розглянуто та обговорено 17 доповідей на різноманітну тематику, що стосується сучасних трендів в маркетингу та розвитку брендингу. На останньому засіданні підсумовано роботу гуртка за вказаний період, а також заслухано пропозиції щодо роботи гуртка у наступному навчальному році. Протягом 2021/2022 навчального року до роботи гуртка було залучено провідних фахівців із маркетингової сфери, які розповіли гуртківцям про особливості маркетингу у роботі компаній, які вони представляють, а також наголосили на важливості роботи маркетологів у сучасному бізнесі.

Члени гуртка протягом 2021/2022 навчального року приймали активну участь у різних наукових заходах, зокрема тих що проводилися онлайн.

У ході діяльності наукового гуртка, під керівництвом керівника гуртка та викладачів кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, студенти відвідали виставки:

- Виставку «Агро-2021», яка проходила 6 червня 2021 року;
- Екскурсія до Дизайнерського супермаркету Сільпо компанії «Фоззі груп» (17 вересня 2021 року);

У рамках роботи наукового гуртка студенти приймали участь у конференціях.

Крім того, члени наукового студентського гуртка «Маркетинг» та інші студенти спеціальності приймають участь у виїзних засіданнях гуртка до передових підприємств України.

Традиційною є зустріч маркетологів з представниками підприємства-партнера кафедри, лідера українського ринку в сфері комплексних ІТ рішень для Агропромислового комплексу *ТОВ «АГРІАНАЛІТИКА» (AGRIANALYTICA LIMITED LIABILITY COMPANY (AGRIANALYTICA LLC))*.

Керівник департаменту Анна Бендерська підняла важливі питання фінансування фермерів та розповіла про роботу та послуги компанії. Студенти ознайомились з внутрішньою структурою компанії та принципами роботи фінансування фермерів, що можуть в один клік отримати бажану допомогу. Окремо потрібно зазначити про велику базу партнерів, в які входять: ПриватБанк, Ощадбанк, Мегабанк, ОККО та інші, не менш відомі компанії. Студенти ОС «Баклавр» спеціальності 075 «Маркетинг» адресували експерту різноманітні запитання щодо використання сучасного програмного продукту, його переваги і недоліки. Цікавими й пізнавальними стали дискусії щодо сучасних форм ринкового посередництва, функцій та можливостей, які потенційно можуть надавати бізнес екосистеми своїм учасникам.

28 квітня 2022 року відбулася онлайн-зустріч маркетологів із Михайлом Мироненком, співвласником української ІТ компанії Хорошоп, яка займається створенням екоммерс платформи для Інтернет магазинів. Студенти ознайомилися із основними підходами до створення сайту Інтернет-магазину, особливостями оренди сайту, способами придбання готових рішень для сайту, можливостями вибору організаційної структури управління Інтернет-магазином та багатьма іншими актуальними питаннями в е-коммерс.

Основні результати роботи наукового студентського гуртка «Маркетинг»:

- Кількість статей опублікованих членами гуртка – 7
- Кількість статей членів гуртка опублікованих у фахових виданнях, у т.ч. у співавторстві з керівником – 0
- Кількість патентів на корисну модель або винахід, отриманих членами гуртка – 0
- Кількість виступів студентів-учасників гуртка в семінарах, конференціях – 34

- Кількість студентів учасників гуртка в I турі Всеукраїнської студентської олімпіади з маркетингу – 0, які брали участь у II турі Всеукраїнської студентської олімпіади з маркетингу – 0.

Діяльність наукового студентського гуртка «Маркетинг» відображена web-сторінці і можна знайти за посиланням <https://nubip.edu.ua/node/32892/3>.

На заключному засіданні гуртка було підведено підсумки роботи за навчальний рік, а також заслухані пропозиції щодо роботи гуртка в наступному році.

Стратегія розвитку гуртка направлена на формування інтересу до наукових досліджень, у тому числі маркетингових, підвищення рівня наукової підготовки студентів, зокрема опанування ними професійних знань і практичних навичок у сфері 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 гуртка «Маркетинг» є:

- Популяризація кафедри, факультету та університету;
- Створення платформи для об'єднання студентської молоді;
- Залучення до практичного застосування навичок з маркетингової діяльності шляхом співпраці з відокремленими підрозділами університету, підприємствами, іноземними партнерами;
- Налагодження співпраці з профільними кафедрами закордонних аграрних університетів;
- Удосконалення маркетингових знань та налагодження комунікацій в процесі навчання.

План роботи гуртка на 2022/2023 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

В.В. Ніколаєвська