

**НАЦІО** **НАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІ** **В**

**І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**

**ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

**ЗВІТ**

**про роботу студентського наукового гуртка «Маркетинг»**

# за 2024/2025 навчальний рік

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент кафедри маркетингу**

**та міжнародної торгівлі**

**Гераймович Віолета Леонтіївна**

**Староста гуртка: Остапенко**

**Марина**

**Київ – 2025**

# Основна інформація про роботу студентського наукового гуртка «Маркетинг» за 2024/2025 навчальний рік

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 2024/2025 навчальному році студентський науковий гурток «Маркетинг» у своєму складі налічував 24 постійно діючих студентів- гуртківців напряму підготовки «Маркетинг» факультету аграрного менеджменту.

Проте, до роботи наукового гуртка протягом навчального року було залучено студентів (не членів гуртка) у кількості 8 осіб.

Протягом навчального року було проведено 8 засідань гуртка, серед яких 5 засідань гуртка було проведено у І семестрі та 3 засідань – у другому семестрі 2024/2025 навчального року. На засіданнях було розглянуто план роботи гуртка, розглянуто та обговорено 8 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.

Члени гуртка протягом 2024/2025 навчального року приймали активну участь у різних наукових заходах.

24 жовтня 2024 року до Дня маркетолога в рамках наукової роботи кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі, в очно-дистанційному форматі було проведено круглий стіл на тему: «Сучасні маркетингові технології в агробізнесі»: реалії сьогодення», на якому були розглянуті актуальні питання функціонування та подальшого розвитку маркетингу в аграрному секторі України, представниками наукової спільноти, агробізнесу, державних структур, аспірантами та студентством.(https://nubip.edu.ua/node/154541)

07 листопада 2024 року був організований захід «День відкритих дверей НУБІП України», зокрема факультетом аграрного менеджменту і кафедрою маркетингу та міжнародної торгівлі. Майбутнім абітурієнтам були презентовані освітні програми, навчальні та наукові цікавинки, що використовуються під час навчання, особливу увагу було звернуто на роботу гуртка «Маркетинг». Керівник гуртка Гераймович Віолета та Остапенко Марина, Черенкова Вікторія, та інші члени гуртка провели профорієнтаційну роботу про освітні можливості і додаткові переваги навчання на спеціальності 075 «Маркетинг» серед майбутніх абітурієнтів. (https://nubip.edu.ua/node/155376)

12-14 лютого 2025 року в Києві, на базі Міжнародного виставкового центру, відбулася одна з наймасштабніших подій аграрного сектору — міжнародна виставка «АгроВесна 2025». Захід об'єднав три спеціалізовані виставки: «Зернові технології 2025» – інноваційні рішення у сфері зберігання, переробки та логістики зернових культур; "Agro Animal Show 2025" – ефективні технології у тваринництві та птахівництві; «Фрукти. Овочі. Логістика 2025» – новітні рішення для промислового садівництва, овочівництва та виноградарства. Члени гуртка "Маркетинг" НУБіП України за ініціативи керівника та за підтримки факультету аграрного менеджменту традиційно долучилися до заходу, щоб отримати цінний досвід та ознайомитися з трендами в агробізнесі та агромаркетингу. ( https://nubip.edu.ua/node/159688)

20 березня 2025 року о 12:00 відбувся вебінар у форматі Zoom-конференції на тему «Фестивалі як інструмент івент-маркетингу», організований Спілкою рекламістів України спільно з Дніпровським державним аграрно-економічним університетом у рамках підготовки до 19-го Українського студентського фестивалю реклами (УСФР). До участі у вебінарі були запрошені викладачі, студенти, члени гуртка а також представники Офіційного Партнера 19-го УСФР – KFC Ukraine та Партнера Номінації Фестивалю – Hooligan Agency. (https://nubip.edu.ua/node/162983)

4 квітня 2025 року було проведено 74-я Всеукраїнська науково-практична студентська конференція «Маркетинг очима молоді: проблеми та перспективи», організатором якої стала кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі Національного університету біоресурсів і природокористування України. На конференції відбулися цікаві доповіді та обговорення на теми, пов’язані з інноваційними підходами до маркетингових стратегій сільськогосподарських підприємств, викликами цифрової трансформації у маркетингу, а також вивченням сучасних трендів у споживчому ринку. Високий науковий рівень та активна участь учасників дозволили вирішити багато важливих питань, що стосуються розвитку маркетингової науки в Україні. (https://nubip.edu.ua/node/164390)

Члени гуртка підготували та подали свої тези доповідей. Під час конференції вони мали можливість презентувати свої дослідження перед авторитетною аудиторією, отримати цінні поради та думки від науковців та практиків. Тези доповідей охоплювали широкий спектр тем, роботи ґрунтувалися на дослідженнях та аналізі реальних проблем. Доповіді членів гуртка отримали високу оцінку журі та викликали жваву дискусію серед учасників конференції.

16 квітня 2025 року також було організований захід «День відкритих дверей НУБІП України». Активно долучилися до організації та проведення дня відкритих дверей представники кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі: доценти Віолета Гераймович та Алла Рябчик, а допомогли їм в цьому студенти - члени гуртка «Маркетинг» Остапенко Марина, Черенкова Вікторія, Бугрим Єгор, Коломієць Марина, Шама Єсенія. (https://nubip.edu.ua/node/164356)

Кілька років поспіль маркетологи мають можливість позмагатись в сфері професійних знань за перемогу у олімпіаді з дисципліни «Маркетинг». Олімпіада для маркетологів в НУБіП України є надзвичайно важливою. У заході взяли участь здобувачі вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» та особливу активність проявили члени гуртка «Маркетинг» під керівництвом Віолети Гераймович. Конкурсні завдання включали розрахункові, ситуаційні та тестові завдання. Для розв’язання непростих завдань учасники повинні були проявити як знання, отримані при вивченні курсу «Маркетинг», так і аналітичні здібності та оригінальність мислення.

Протягом 26 - 28 березня 2025 року кафедрою маркетингу та міжнародної торгівлі в очно-дистанційному форматі було проведено три олімпіади: з дисциплін «Маркетинг» та «Аграрний маркетинг», а також зі спеціальності 075 Маркетинг.

За результатами І етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Маркетинг» переможцями олімпіади з спеціальності 075 "Маркетинг" стали також учасники гуртка:

*I місце - Остапенко Марина*

*II місце - Тоюнда Анна*

*III місце - Черенкова Вікторія*

(<https://nubip.edu.ua/node/163306>)

Гуртківці взяли участь у І турі Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей у 2024/2025 н. р.: Зі спеціальності «Маркетинг» переможцями стали члени студентського наукового гуртка «Маркетинг»:

*I місце - Остапенко Марина*

*II місце - Тоюнда Анна*

*III місце - Черенкова Вікторія*

*IV місце – Самченко Адріанна*

**Основні результати роботи наукового студентського гуртка «Маркетинг:**

* Кількість тез опублікованих членами гуртка – 13
* 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 – 8
* Кількість студентів учасників гуртка в І турі Всеукраїнської студентської олімпіади з маркетингу – 22.

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 напрямами 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 2024/2025 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

Гераймович В.Л.