

Звіт про виконання плану роботи наукового студентського гуртка «Еврика маркетингу» на 2024 – 2025 навчальний рік

Період: вересень 2024 р. – червень 2025 р.

Форма роботи: змішана (офлайн та онлайн), на засадах студентоцентризму.

Інформаційна підтримка: офіційні сторінки кафедри маркетингу

- Facebook: <https://www.facebook.com/marketing.v.dniprotech>
- Instagram: <https://www.instagram.com/marketing.v.dniprotech>

Усі ключові заходи, анонси, результати участі студентів і підсумки регулярно висвітлювалися в цих соцмережах.

1. Організаційна робота

Вересень 2024 р.

Проведено організаційне засідання гуртка. Обговорено та затверджено план роботи на рік (доповідачі: в.о. завідувача кафедри к.е.н. Т.В. Куваєва, професор С.Я. Касян, доц. Н.В. Шинкаренко).

Розпочато підготовку до фотоконкурсу до 125-річчя #dniprotech та майстер-класу з фотографії від викладача кафедри Іллі Жука. Розпочато роботу над креативним відеороликом, присвяченим місту Дніпро, разом із кіностудією «Юність» (@you_know_studio).

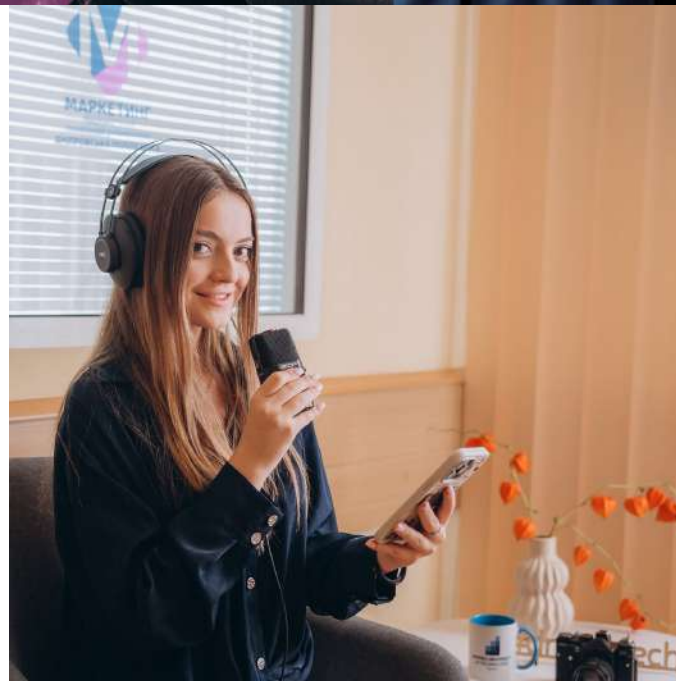
9 вересня 2024 року викладач кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка», професійний фотограф і контент-мейкер EDS Ukraine Ілля Жук провів майстер-клас із фотографії для учасників фотоконкурсу «Енергетика міста Дніпро», організованого до 125-річчя університету. Під час заходу учасники ознайомилися з прийомами створення виразних фотографій та особливостями побудови диптиха, що поєднує історичні й сучасні образи міста. Майстер-клас сприяв розвитку творчих навичок, візуальної комунікації та практичних умінь зі створення фотоконтенту.







Здобувачі спільно з кіностудією «Юність» долучилися до створення відеоролика, присвяченого Дню міста Дніпро. Проект передбачав підготовку креативного відеоконтенту, що відображає особливості життя міста, його мешканців і традиції. Участь у створенні відеоролика дала студентам можливість застосувати практичні навички створення медіаконтенту, візуальної комунікації та командної роботи.



Для здобувачів проведено зустріч, присвячену збереженню психоемоційного здоров'я та профілактиці професійного стресу. Спікерками заходу стали викладачка кафедри Ірина Григор'єва, авторка циклу інтерв'ю з військовими, та психотерапевтка, викладачка і тренерка Тара Конрад, яка має багаторічний досвід роботи з психотравмою у військових, волонтерів і

журналістів. Під час зустрічі учасники дізналися про особливості роботи мозку в умовах стресу, методи самопомоги та значення психоедукації. Захід був спрямований на розвиток навичок саморегуляції та підготовку майбутніх фахівців до роботи в умовах підвищеного психологічного навантаження.





Для здобувачів освіти спеціальностей «Журналістика» та «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» відбулася зустріч із медіафахівцем Михайлом

Москаленком, присвячена особливостям співпраці з міжнародними інформаційними агентствами. Під час заходу спікер поділився професійним досвідом, розповів про можливості працевлаштування в міжнародних медіа, актуальні вимоги до фахівців і необхідні професійні компетентності. Особливу увагу приділено алгоритмам роботи на місці події, обладнанню для створення медіаматеріалів і перспективам професійної співпраці. Зустріч сприяла ознайомленню студентів із практичними аспектами роботи в медіасфері та розширенню їхнього уявлення про кар'єрні можливості у сфері журналістики й комунікацій.



Лютий 2025 р.

Повторне організаційне засідання. Узгоджено поточні завдання та розподіл відповідальності.

2. Науково-дослідна та конференційна діяльність

Основний пріоритет року – підготовка та участь у щорічній міжнародній конференції «Majesty of Marketing».

Кафедра маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» провела ювілейну конференцію «Majesty of Marketing», яка об'єднала представників академічної спільноти, фахівців-практиків і здобувачів освіти з України та інших країн. Співорганізаторами заходу виступили Ірина Лирик, президентка Української Асоціації Маркетингу, та Ірина Перезовова, завідувачка кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. У межах конференції відбувся конкурс соціальної реклами, на який надійшло 79 робіт: 48 друкованих плакатів і 31 відеоробота. Учасники представили творчі проекти, присвячені волонтерству, екологічній культурі, гендерній рівності, захисту прав людини та іншим суспільно важливим темам. Під час секційних засідань понад 150 учасників з університетів України та інших країн презентували результати досліджень та інноваційні ідеї. Конференція стала майданчиком для наукового обміну, розвитку професійних компетентностей і зміцнення міжуніверситетської співпраці у сфері маркетингу.



- **Жовтень – листопад 2024 р.** Активізовано написання тез доповідей для «Majesty of Marketing» та інших міжнародних/всеукраїнських конференцій. Проводилися консультації та обговорення тем. Анонси та заклики до участі публікувалися в Instagram і Facebook.

- Команда студентів спеціальності «Маркетинг» MarketingMediaVita кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» у складі Олександра Світенка (капітан команди), Ксенії Патинок, Олени Бикової, Радмили Граненко та Михайла Єгорова під керівництвом Сергія Касьяна стала фіналістом міжнародного проєкту «Відновлення через соціальне підприємництво» та долучилася до Startup Pre-Accelerator 2024–2025 від Junior Achievement Ukraine. У межах програми учасники взяли участь в онлайн-зустрічах з експертами та долучилися до дискусії «Побудова команди», яку провів підприємець і фахівець із маркетингу, консалтингу та лідерства Кирило Дядя. Участь у програмі сприяла розвитку підприємницьких компетентностей, навичок командної взаємодії та управління стартап-проєктами.



КОМАНДА
СТУДЕНТІВ -
МАРКЕТОЛОГІВ,
ЖУРНАЛІСТІВ
#MARKETING
MEDIAVITA
КАФЕДРИ
МАРКЕТИНГУ НТУ
"ДНІПРОВСЬКА
ПОЛІТЕХНІКА" -
DNIPRO
UNIVERSITY OF
TECHNOLOGY !



ПЕРЕМОЖЦІ ФІНАЛУ
МІЖНАРОДНОГО ПРОЄКТУ
"ВІДНОВЛЕННЯ ЧЕРЕЗ
СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО"



**ВИЙШЛИ У
STARTUP PRE-
ACCELERATOR
2024-2025 ВІД
JUNIOR
ACHIEVEMENT
UKRAINE - JA
UKRAINE!**



- Грудень 2024 р. XX Ювілейна Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Majesty of Marketing» (19 грудня 2024 р.). Формат: змішаний (MS Teams + аудиторія 4/93). Студенти бакалаврату та магістратури виступили з доповідями, брали участь у модерації. У межах конференції проходив конкурс студентської соціальної реклами.

- Залучено здобувачів до конкурсу «Студент – основа якості вищої освіти».

Здобувачка освіти спеціальності «Маркетинг» Ганна Петрикова (група 075-23-2, фінансово-економічний факультет НТУ «Дніпровська політехніка») успішно взяла участь у конкурсі «Здобувач — основа якості освіти». За активність і креативність студентку відзначено сертифікатом і корпоративним подарунком. Участь у конкурсі сприяє залученню здобувачів освіти до

процесів забезпечення якості вищої освіти та розвитку їхньої активної позиції в університетській спільноті.



- **Січень – травень 2025 р.** Продовжено підготовку студентів до інших міжнародних і всеукраїнських конференцій. Підготовка до конференцій «Наукова весна» та «Розширюючи обрії» / “Widening our Horizons” (семінари-представлення, диспути). Активна робота над науковими статтями у фахових і міжнародних виданнях разом зі студентами.

- **Червень 2025 р.** Участь у X International school of marketing Logistics. Підведення підсумків роботи гуртка.

3. Проєктна та міжнародна діяльність

Протягом року активно реалізовувався проєкт **4 Seasons of Marketing** у межах Erasmus+ Proment (жовтень – грудень 2024 р., березень – травень 2025 р.).

У межах проєкту «4Seasons of Marketing» відбулася зустріч здобувачів освіти з Віталієм Кузьменком, начальником Дніпровського кластеру компанії «Київстар». Захід організовано в межах міжнародного проєкту Erasmus+ Proment (101082696), спрямованого на розвиток систем менторства й тьюторства у закладах вищої освіти. Під час зустрічі обговорено особливості адаптації корпоративної стратегії компанії до умов повномасштабної війни, роль підтримки працівників і збереження комунікації з клієнтами в кризових ситуаціях, а також значення етичного маркетингу. Захід сприяв ознайомленню

студентів із практичним досвідом управління компанією та застосування маркетингових підходів у кризових умовах.





У межах проєкту «4Seasons of Marketing» до Дня маркетолога відбулася друга менторська зустріч за участю Дмитра Чудінова, випускника кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» та заступника комерційного директора компанії Solar Steelconstruction. Спікер поділився професійним досвідом і практичними аспектами роботи у сфері маркетингу та енергетики. Захід пройшов у змішаному форматі й об'єднав здобувачів освіти НТУ «Дніпровська політехніка» та Національного університету «Чернігівська політехніка». Зустріч сприяла обміну досвідом між студентами й фахівцем-практиком, ознайомленню з актуальними тенденціями галузі та посиленню взаємодії між університетом, випускниками й бізнесом.

4 SEASONS OF MARKETING

МЕНТОРСЬКІ ЗУСТРІЧІ З
ПРЕДСТАВНИКАМИ БІЗНЕСУ

**ЕНЕРГІЯ
МАРКЕТИНГУ**

SSK

СПІКЕР
Дмитро Чудінов
Заступник комерційного директора з
продажу на внутрішньому ринку
Solar Steelconstruction

**ВИПУСКНИК
КАФЕДРИ
МАРКЕТИНГУ**

Національний технічний університет
**ДНІПРОВСЬКА
Політехніка**
1899

МАРКЕТИНГ
Національний технічний університет
Дніпровська політехніка

ЖУРНАЛІСТИКА
НТУ «Дніпровська політехніка»

PROVENT

IMPROVING PROFESSIONAL EDUCATION
AND STUDENTS ENGAGEMENT
THROUGH COOPERATION, MENTORING
AND TUTORING SYSTEMS AT HES

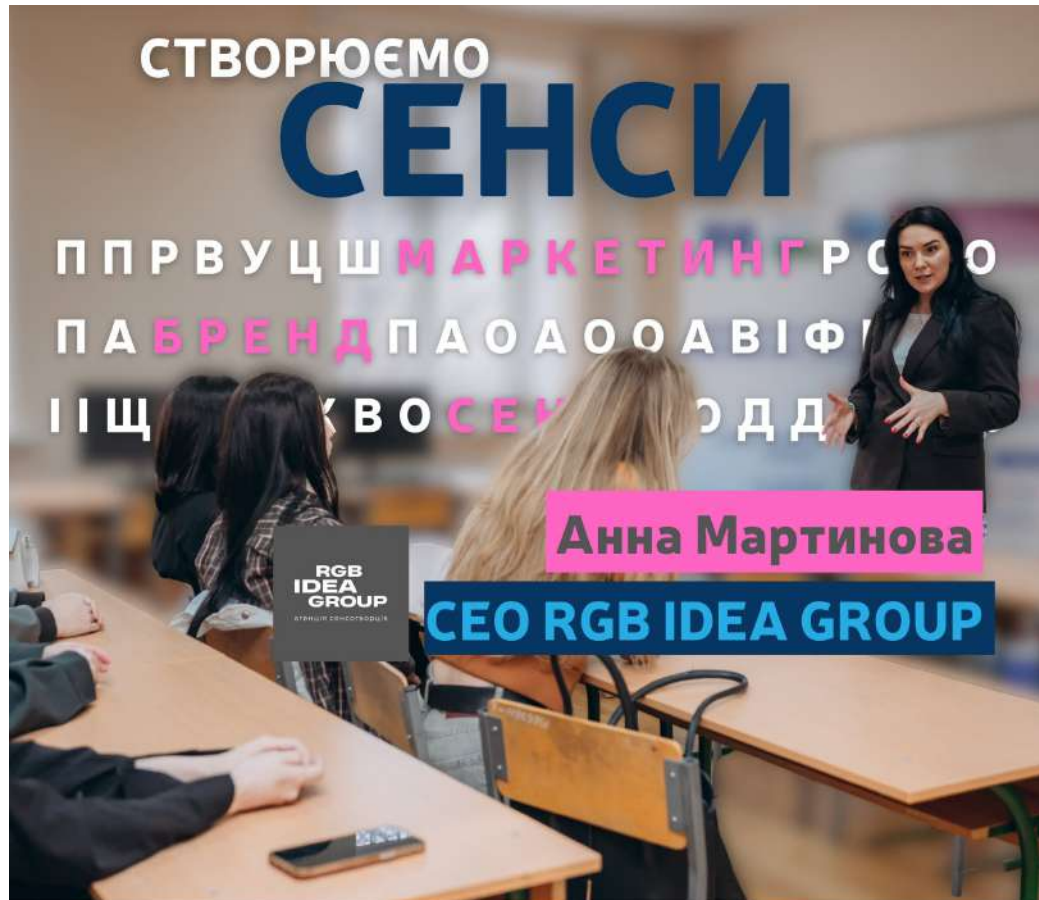
Co-funded by
the European Union





Здобувачі освіти спеціальностей «Маркетинг» і «Журналістика» НТУ «Дніпровська політехніка» зустрілися з Анною Мартиною, CEO креативної агенції RGB IDEA GROUP, щоб обговорити роль сенсів у формуванні сильних брендів. Під час зустрічі учасники розглянули брендинг як процес створення цілісної історії та системи цінностей компанії, обговорили значення бренд-маніфесту, пошук ідей, що знаходять відгук в аудиторії, та відмінності між змістовною комунікацією і формальними рекламними повідомленнями. Окрему увагу приділили можливостям професійної реалізації в креативній

індустрії: студенти ознайомилися з актуальними вакансіями RGB IDEA GROUP і перспективами співпраці з агенцією. Зустріч сприяла поглибленню розуміння сучасних підходів до брендингу та розширенню уявлень про кар'єрні можливості у сфері маркетингу й комунікацій.





Здобувачі освіти спеціальності 075 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» долучилися до соціологічного дослідження потреб територіальних громад Дніпропетровщини в межах міжнародного проєкту ServU — Service-Learning in Higher Education for Ukraine's Recovery, що реалізується за підтримки програми Erasmus+. Команда університету провела фокус-групове дослідження за участю представників Чумаківської територіальної громади: місцевого бізнесу, органів місцевого самоврядування та мешканців. Участь у дослідженні дала студентам можливість застосувати знання на практиці, розвинути навички збору й аналізу інформації та взаємодії з різними групами стейкхолдерів. Проєкт сприяє зміцненню партнерства між закладами вищої освіти й територіальними громадами та залученню студентської молоді до вирішення актуальних суспільних потреб і відновлення України.





Січень – квітень 2025 р. Запровадження та реалізація спільного проєкту з гімназією №136 **Creative Lab** (старт у січні, фінал у квітні).

На початку навчального року представники кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» провели профорієнтаційну зустріч з учнями гімназії № 136 м. Дніпро. Школярів ознайомили зі спеціальностями «Журналістика» та «Маркетинг», особливостями навчання й можливостями професійної реалізації у сферах медіа, сучасних комунікацій і бізнесу. Захід був спрямований на інформування майбутніх вступників про освітні пропозиції університету та допомогу у свідомому виборі майбутньої професії.



Здобувачі освіти спеціальностей «Маркетинг» і «Журналістика» НТУ «Дніпровська політехніка» взяли участь у відкритій лекції Марії Калиновської, менеджерки корпоративних комунікацій компанії «Метінвест Січсталь», присвяченій діловим і цифровим комунікаціям в умовах інформаційного перевантаження. Під час заходу студенти ознайомилися з практичними підходами до побудови ефективної ділової комунікації, створення текстів, що привертають увагу аудиторії, дотримання професійного етикету та збереження ділової репутації. Окрему увагу приділено впливу штучного інтелекту й чат-ботів на сучасні комунікаційні процеси. Лекція сприяла поглибленню практичних знань студентів і розвитку компетентностей у сфері корпоративних комунікацій, створення контенту та цифрової взаємодії з аудиторіями.

↗ **Відкрита лекція**

Ділові та цифрові комунікації: як вижити в інформаційному хаосі?

Ефективна ділова комунікація

- Високі якості
- Високі стандарти
- Практичний підхід
- Зрозумілий контент

97% спробити! Відкриття світу комунікації є однією з найважливіших проблем в бізнесі

Марія Калиновська

менеджер корпоративних комунікацій Метінвест Січсталь

Національний технічний університет **ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА** 1899

МАРКЕТИНГ національний технічний університет ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА

ЖУРНАЛІСТИКА НТУ «ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Ділові та цифрові комунікації як виклики в інформаційному часі

38:12

Голограми та VR-зустрічі: майбутнє бізнес-комунікацій

VR-зустрічі усувають географічні бар'єри та створюють ефект присутності.



Microsoft - Mesh
інтегрується з Microsoft Teams, дозволяючи проводити віртуальні зустрічі

Meta - Horizon Workrooms
Віртуальний простір для командної роботи

Google - Project Starline
створення реалістичних 3D-зображень співрозмовників

Autodesk
AR-gogamki для перегляду BIM-моделей (Building Information Modeling)

Калиновська Марія Ігорівна (Maria Kalynovska)

Активация Windows
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".

29 из 33

Синхронизировать с выступавшим

Ділові та цифрові комунікації як виклики в інформаційному часі

14:02 28.02.2025

Ділові та цифрові комунікації як виклики в інформаційному часі

12:19

Чому це важливо?

Комунікація - це основа всього:

- навчання
- роботи
- стосунків



Калиновська Марія Ігорівна (Maria Kalynovska)

ЖВ ТВ

1/6

Активация Windows
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".

Калиновська Юлія Максимівна (Yulia Kalynovska)

4 из 33

Ділові та цифрові комунікації як виклики в інформаційному часі

14:05 28.02.2025

Для здобувачів в межах дисципліни «Маркетингове ціноутворення» проведено лекцію за участю Марини Кузьменко, головної бухгалтерки компанії «АПК-ІНВЕСТ», експертки з обліку, оподаткування та правового регулювання господарсько-економічної діяльності. Під час заняття студенти розглянули види цін, механізми державного регулювання ціноутворення та взаємозв'язок складників ціни. Особливу увагу приділено впливу цінових рішень на споживче сприйняття товару, попит і його конкурентоспроможність, а також застосуванню принципу «вितягнутої руки». Під час обговорення студенти поставили запитання щодо оподаткування та формування цінової політики в бізнесі й отримали практичні пояснення фахівчині. Залучення представниці бізнесу до освітнього процесу сприяло поєднанню теоретичних знань із практикою та поглибленню професійних компетентностей майбутніх маркетологів.

Національний технічний університет
ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
1899

МАРКЕТИНГ
Національний технічний університет
ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА

ВІДКРИТА ЛЕКЦІЯ

Склад ціни та формування елементів

З чого складається ціна

- Середня ціна
- Ціна за одиницю
- Ціна за одиницю
- Ціна за одиницю

- Середня ціна
- Ціна за одиницю
- Ціна за одиницю
- Ціна за одиницю

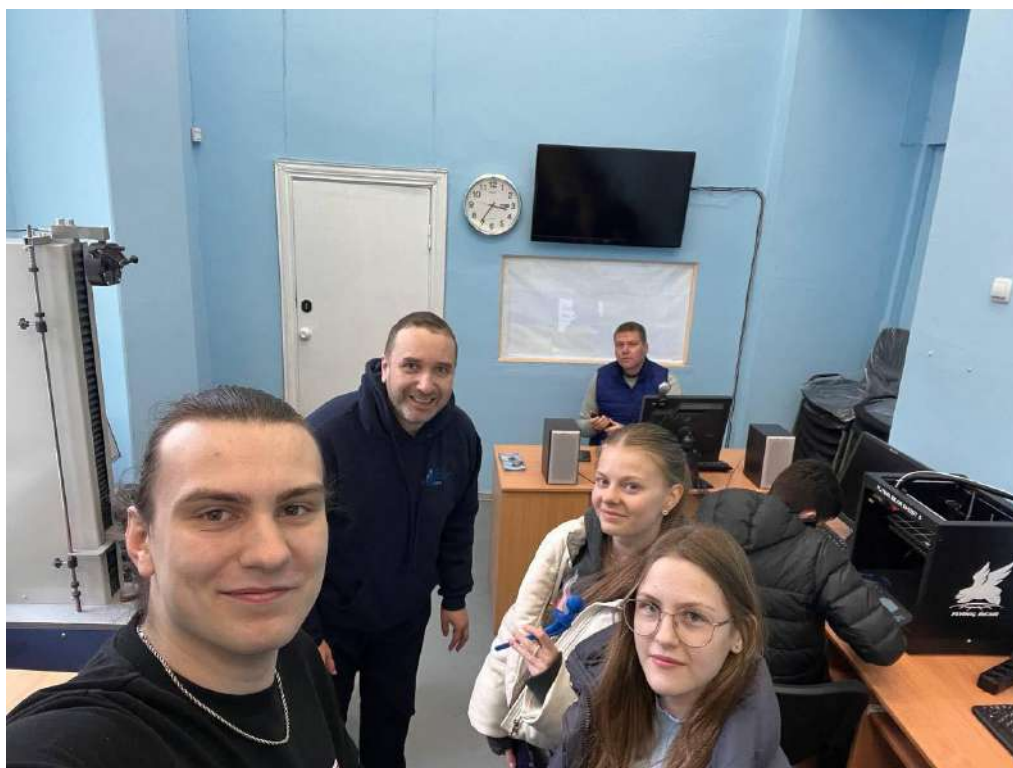
ПОДАТКОВИЙ КОДЕКС

Марина Кузьменко
Головний бухгалтер "АПК-Invest",
професійний податковий радник



Березень 2025 р. Участь в освітньо-тренувальному проєкті «Фотошкола» (спільний проєкт Центру професійного розвитку, менторства та тьюторства НТУ «ДП» і кафедри маркетингу).

Міждисциплінарна команда MarketingMediaVita, до складу якої увійшли здобувачі освіти спеціальностей «Маркетинг», «Журналістика», «Механічна інженерія» та «Біомедична інженерія» НТУ «Дніпровська політехніка», продовжує роботу над стартап-проєктом, реалізація якого отримала грантову підтримку від Junior Achievement Ukraine. Учасники команди поєднують фахові знання й креативні ідеї для розроблення проєкту та формування стратегії його маркетингового просування. Міждисциплінарна взаємодія дає змогу інтегрувати технічні рішення, комунікаційні підходи й маркетингові інструменти, розвиваючи навички командної роботи, підприємницького мислення та управління стартапами. Грантова підтримка Junior Achievement Ukraine відкриває можливості для подальшого розвитку проєкту й практичного застосування студентських ідей.



4. Семінари, круглі столи, освітні та практичні заходи Жовтень 2024 р.

- Участь у грі для студентів спеціальності 075 Маркетинг «Play & Win заради змін». Для здобувачів освіти спеціальності «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» проведено заняття у змішаному форматі, що передбачали лекційну роботу та активне обговорення навчальних питань. Після завершення занять для студентів організовано гру «Play & Win заради змін», спрямовану на залучення молоді до інтерактивної взаємодії та осмислення суспільно важливих питань. Поєднання навчального й ігрового форматів сприяло активізації участі студентів, розвитку комунікативних навичок і командної взаємодії.



PLAY & WIN

ІНТЕГРАЦІЙНА ГРА >>>>>>







- Підготовка до кейс-змагань і конкурсу соціальної студентської реклами.
- Святкування Дня рекламіста та Дня маркетолога.





Листопад 2024 р.

- Заходи до Дня української писемності та мови.



- Екскурсія на 11 канал. Здобувачі відвідали телеканал D1. Під час екскурсії студенти ознайомилися з організацією роботи телевізійної редакції, побачили процес підготовки ведучих до зйомок і проведення прямих ефірів, а також дізналися про роботу знімальних груп під час підготовки до виїздів. Першокурсники отримали запрошення до подальшого професійного

знайомства з телеканалом, проходження практики та можливого працевлаштування. Візит сприяв поглибленню практичних знань студентів про роботу медіа, особливості створення телевізійного контенту та професійні можливості у сфері журналістики й комунікацій.





Лютий 2025 р. Студентський семінар, присвячений пошуку шляхів покращення якості навчання та опануванню цифрових інструментів медіакомунікацій.

Березень 2025 р.

- Студентський семінар з дистанційних технологій та можливостей покращення освітнього процесу.

- Для здобувачів освіти спеціальності «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» відбулася зустріч із Денисом Бичковим, Procurement & Order Fulfillment Manager компанії General Electric Vernova, присвячена актуальним тенденціям і викликам ринку відновлюваної енергетики. Під час професійного обговорення учасники розглянули роль маркетингу в розвитку енергетичного сектору, зокрема у формуванні попиту, залученні інвестицій і побудові партнерських екосистем, орієнтованих на сталий розвиток. Зустріч дала студентам змогу ознайомитися з практичним

досвідом фахівця міжнародної компанії та поглибити розуміння застосування маркетингових інструментів у сфері відновлюваної енергетики.

ЕНЕРГЕТИЧНИЙ РИНОК

КУДИ РУХАЄТЬСЯ ВІДНОВЛЮВАЛЬНА ЕНЕРГЕТИКА

Національний технічний університет
ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
1899

МАРКЕТИНГ

8 440 TWh
Renewables in 2022
29.1% | 7.2%
11.7% | 18.2%
Hydro 4 330 TWh
Wind 2 098 TWh
Solar 1 294 TWh
Geothermal 619 TWh
Nuclear 97 TWh
Other 1 TWh

Спікер
Денис Бичков
Procurement & Order Fulfillment Manager
GE VERNOVA

- Огляд новітніх публікацій з проблематики соціальних комунікацій (проект «Бібліотечка маркетолога», семінар-представлення, диспут), у т.ч. англійською мовою.

Квітень 2025 р. Проведення круглих столів у сфері маркетингу з кафедрою іноземних мов. Участь у міжнародній конференції “Widening our Horizons”.

Травень 2025 р. Студентська гра «Продай, якщо зможеш».

5. Взаємодія зі стейкхолдерами

Протягом року регулярно проводилися зустрічі зі стейкхолдерами у форматі вебінарів (грудень 2024, січень, лютий, березень, квітень, травень 2025 р.).

Здобувачі відвідали крафтове виробництво MOVA Brewing Co. у м. Дніпро. Під час екскурсії студенти ознайомилися з історією підприємства,

особливостями організації виробничих процесів, використанням сучасних технологій, логістикою, маркетинговими підходами та комунікаціями зі споживачами. Окрему увагу приділено відкритості бізнесу, інноваціям і соціальній відповідальності як складовим діяльності сучасного підприємства. Здобувачі освіти також дізналися про професійний досвід випускниць університету Анни Самарець, начальниці відділу маркетингу MOVA Brewing Co., та Катерини Шинкаренко, SMM-фахівчині. Екскурсія сприяла поглибленню практичних знань студентів про застосування маркетингових інструментів і комунікаційних стратегій у діяльності підприємства.





Здобувачі освіти спеціальностей «Журналістика» та «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» відвідали студію 11 телеканалу. Під час екскурсії студенти ознайомилися з особливостями роботи телевізійної редакції, процесом підготовки новин, організацією ефірів та інтерв'ю, а також тонкощами монтажу відеоматеріалів. Спілкування з командою телеканалу

дало змогу дізнатися більше про розподіл професійних ролей і значення командної взаємодії у створенні якісного медіаконтенту. Для майбутніх маркетологів візит став нагодою побачити практичні аспекти взаємодії маркетингу й медіа, зокрема у створенні та поширенні контенту й комунікації з аудиторією.





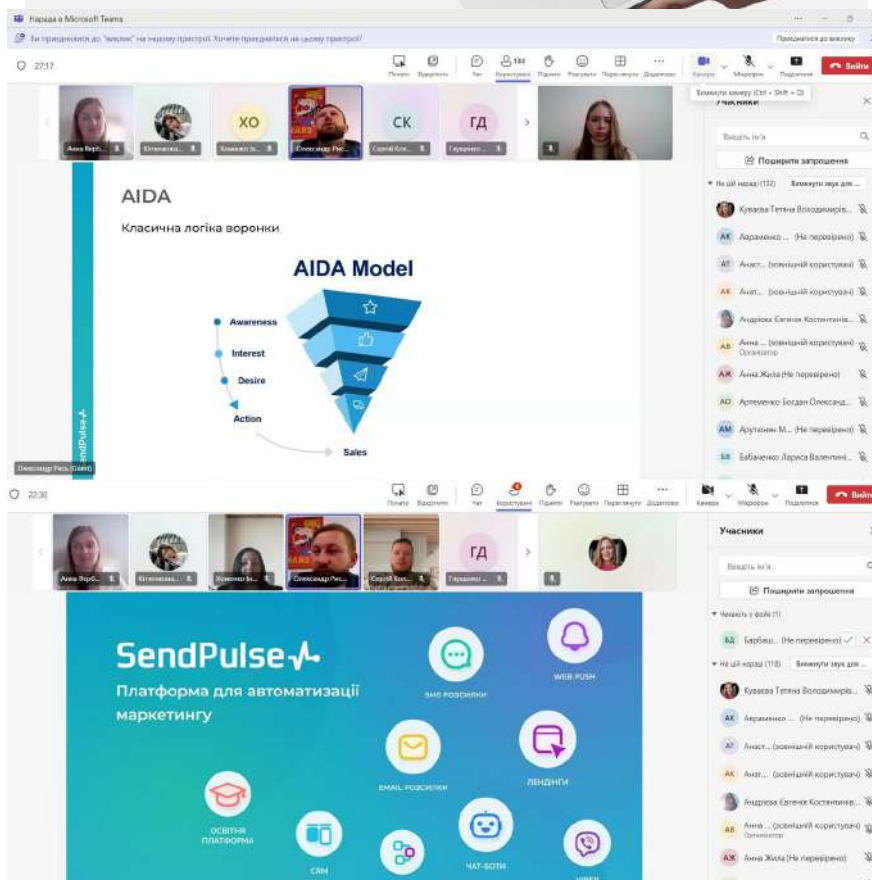
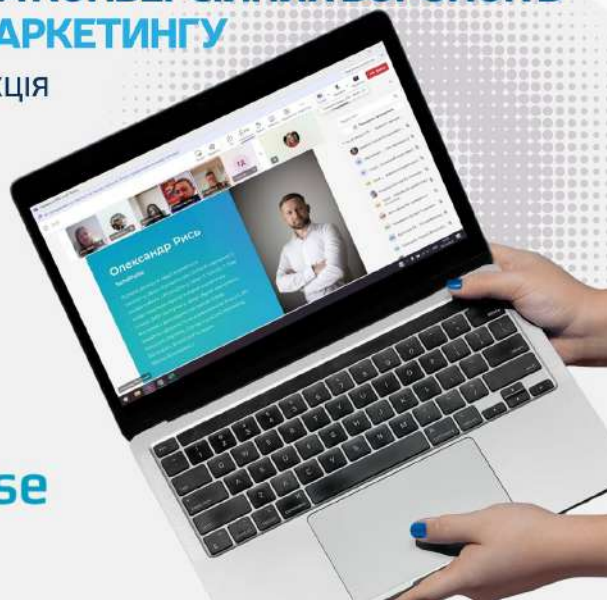
Здобувачі освіти спеціальності «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» взяли участь у відкритій лекції «Побудова конверсійних воронок у digital-маркетингу», організованій кафедрою маркетингу, PR-технологій та логістики Національного університету «Чернігівська політехніка». Спікером заходу став приватний підприємець і бренд-амбасадор SendPulse Олександр Рись. Під час лекції студенти ознайомилися з методами залучення потенційних клієнтів, побудови конверсійних воронок і формування лояльності користувачів, а також розглянули практичні кейси застосування інструментів digital-маркетингу. Захід сприяв поглибленню професійних знань здобувачів освіти та обміну досвідом між університетськими спільнотами.

ПОБУДОВА КОНВЕРСІЙНИХ ВОРОНОК В DIGITAL МАРКЕТИНГУ

ВІДКРИТА ЛЕКЦІЯ



SendPulse



Для здобувачів проведено захід у межах Всеукраїнської програми ментального здоров'я, присвячений важливості турботи про психологічний стан і розвитку навичок емоційної самопідтримки. Під час заняття студенти працювали з «Щоденником стійкості», виконували завдання для осмислення власних емоцій і пошуку ресурсів подолання повсякденних труднощів. Захід сприяв підвищенню обізнаності щодо ментального здоров'я, розвитку емоційної стійкості та формуванню культури взаємної підтримки в студентському середовищі.

The poster features a background image of a lecture hall with students. In the foreground, three young women are seated at a table, and a woman, likely the lecturer, is shown in a close-up on the right. The text 'ЯКТИ? ЯКТИ? ЯКТИ?' is repeated in a stylized, overlapping manner across the center. The bottom section has a blue background with white text.

МАРКЕТИНГ
Психологічний
технічний університет
Дніпровська політехніка

ЖУРНАЛІСТИКА
ІНТУ «ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

ЯКТИ? ЯКТИ? ЯКТИ?
ЯКТИ? ЯКТИ? ЯКТИ?
ЯКТИ? ЯКТИ? ЯКТИ?
ЯКТИ? ЯКТИ? ЯКТИ?

**ВСЕУКРАЇНСЬКА
ПРОГРАМА
МЕНТАЛЬНОГО
ЗДОРОВ'Я**

Національний
технічний університет
**ДНІПРОВСЬКА
ПОЛІТЕХНІКА**
1899



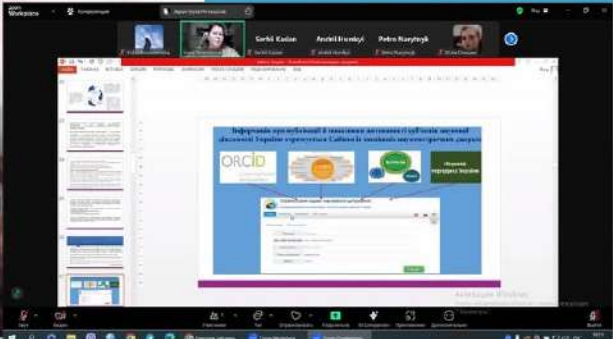
Здобувачі освіти спеціальностей «Маркетинг» і «Журналістика» НТУ «Дніпровська політехніка» взяли участь у Міжнародній науково-технічній конференції студентів, аспірантів та молодих учених «Молодь: наука та інновації». Учасники представили результати власних досліджень, присвячених актуальним питанням маркетингу, комунікацій і медіа. Участь у конференції сприяла розвитку дослідницьких компетентностей, навичок презентації наукових результатів і професійного обміну, а також залученню студентської молоді до наукової діяльності та пошуку інноваційних рішень.



Здобувачі другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» долучилися до лекції «Методологія наукових досліджень», яку провела Ірина Перезовова, завідувачка кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Під час заходу розглянуто підходи до організації наукової роботи на різних рівнях вищої освіти, принципи вибору теми й формулювання дослідницької проблеми, методи дослідження та особливості їх застосування, вимоги до підготовки наукових праць і пошуку надійних джерел інформації. Лекція сприяла поглибленню методологічних знань магістрантів, розвитку дослідницьких компетентностей і зміцненню міжуніверситетської співпраці.



Лекція для МАГІСТРІВ



Ірина Перевозова

**завідувачка кафедри
підприємництва та маркетингу**
**Івано-Франківський національний
технічний університет нафти і газу**





Національний
технічний університет
**ДНІПРОВСЬКА
ПОЛІТЕХНІКА**
1899




МАРКЕТИНГ
Національний
технічний університет
ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА

Магістерка спеціальності D5 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» Юлія Бовсуновська здобула диплом II ступеня на Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт з маркетингу, що відбувся 24–25 квітня 2025 року. Науковий керівник — Тетяна Куваєва. Конкурс об'єднав молодих дослідників із закладів вищої освіти України, Польщі, Болгарії та Казахстану. Учасники представили понад 150 наукових робіт з актуальних питань маркетингу, зокрема цифрових комунікацій, нейромаркетингу та розроблення маркетингових стратегій в умовах нестабільного глобального середовища. Участь у конкурсі сприяла апробації результатів студентських досліджень, обміну науковим досвідом і розвитку дослідницьких компетентностей майбутніх фахівців із маркетингу.



Здобувачка освіти 2 курсу спеціальності «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» Валерія Винту посіла II місце в номінації «Екологічна PR-ідея» на III Міжуніверситетському студентському конкурсі «Ярмарок маркетингових ідей», організованому кафедрою маркетингу та туризму Маріупольського державного університету. Темою конкурсу став «Екологічний маркетинг: інновації для сталого майбутнього», що передбачала розроблення ідей у сфері сталого розвитку, екологічного брендингу та відповідального споживання. У своїй роботі Валерія представила PR-кампанію, спрямовану на підвищення екологічної свідомості, яка отримала високу оцінку журі за креативність, актуальність і професійне втілення. У межах фінального етапу конкурсу учасники також долучилися до лекції маркетингологині компанії Uninvest Валерії Марчук про сучасні тренди ринку екологічної упаковки. Участь у конкурсі сприяла розвитку практичних навичок у сфері маркетингових комунікацій, екологічного PR і формування ідей, орієнтованих на принципи сталого розвитку.



Участь здобувачів вищої освіти та науково-педагогічних працівників кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» у X International School of Marketing and Logistics, організованій Національним університетом «Львівська політехніка».

У межах першого дня міжнародної школи учасники долучилися до інтеграційної сесії, спрямованої на знайомство та командну взаємодію, а також відвідали лекцію представниці Познанської політехніки (Politechnika Poznańska) Joanna Ziomek, присвячену можливостям використання штучного інтелекту в маркетингових дослідженнях та аналітиці. Програма також передбачала ознайомчу екскурсію університетом і культурно-пізнавальну прогулянку Львовом. Участь у заході сприяла обміну досвідом, розширенню міжнародних академічних контактів та ознайомленню з актуальними тенденціями застосування цифрових технологій у маркетинговій діяльності.





Для здобувачів освіти відбулася зустріч із Дарією Коломоєць, присвячена питанням кар'єрного розвитку, командної взаємодії та професійного зростання. Під час зустрічі обговорили значення підтримувального робочого середовища, менторства, довіри в команді та можливостей реалізації професійних ідей. Особливу увагу приділили особливостям покоління Z на ринку праці, зокрема його адаптивності, енергійності та прагненню до інновацій. Захід сприяв розумінню сучасних підходів до побудови кар'єри, розвитку командних навичок і формуванню професійних орієнтирів здобувачів освіти.

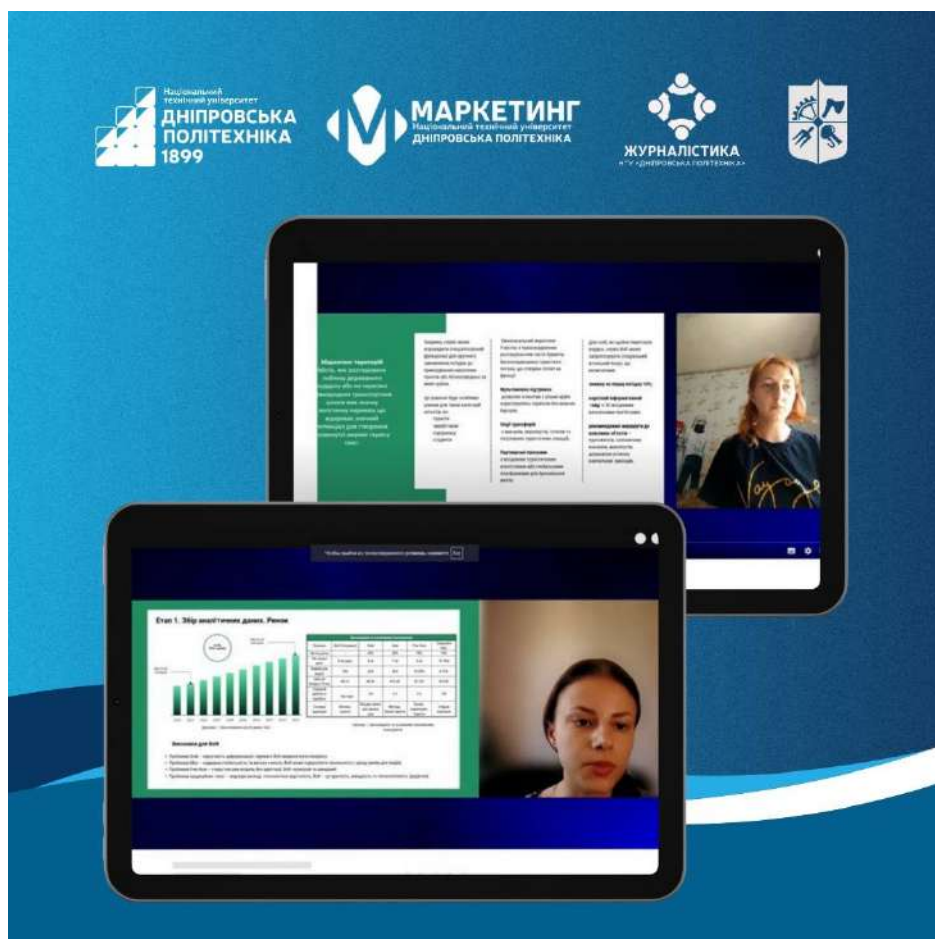




Викладачі, здобувачі освіти та аспіранти кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» взяли участь у XVIII Міжнародному науково-практичному форумі «B2B Marketing International Forum», організованому на базі кафедри промислового маркетингу КПІ ім. Ігоря Сікорського. У межах форуму відбулося міжнародне студентське науково-практичне кейс-змагання з маркетингу «Rising Marketing Stars», у якому університет представили дві міждисциплінарні команди здобувачів освіти спеціальностей «Маркетинг» і «Журналістика»: «Шукачі сенсів» (Ксенія Патинок, Олена Бикова, Михайло Єгоров, Валерія Шаляхіна) та BrandStorm (Дар'я Бережна, Юлія Яйчук, Юлія Олешко, Олександра Максименко). Професор кафедри маркетингу Сергій

Касян виступив із вітальним словом, наголосивши на важливості співпраці між кафедрами маркетингу партнерських університетів та вдосконалення метрик оцінювання ефективності маркетингової діяльності. Змагання проходило у два етапи. У півфіналі команди презентували роботи з маркетингового забезпечення екосистеми компанії Bolt в одному з міст Європейського Союзу. Журі, до складу якого увійшли представники компанії Bolt і викладачі кафедри промислового маркетингу КПІ ім. Ігоря Сікорського, оцінювало запропоновані рішення. За результатами відбору команда BrandStorm вийшла до фіналу, де змагалася з представниками провідних закладів вищої освіти України. Загалом у конкурсі взяли участь 12 команд. Участь у форумі сприяла розвитку практичних маркетингових компетентностей здобувачів освіти, навичок командної роботи та розв'язанню бізнес-кейсів. Дякуємо науковим керівникам команд — професору Сергію Касяну та доцентці Євгенії Морозовій — за підготовку учасників, а кафедрі промислового маркетингу КПІ ім. Ігоря Сікорського — за організацію форуму та розвиток міжуніверситетської співпраці.

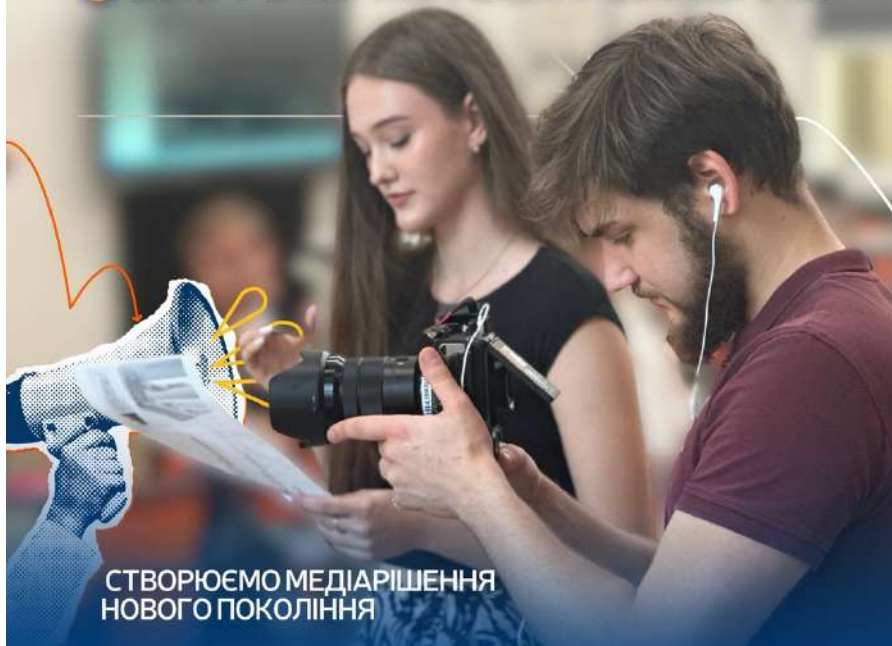




Здобувачі освіти спеціальностей 075 «Маркетинг» та 061 «Журналістика» НТУ «Дніпровська політехніка» долучилися до спільного проєкту з інноваційною компанією EDS Ukraine зі створення медіаконтенту. У межах співпраці студенти працюватимуть із реальним брендом, розроблятимуть креативні ідеї, створюватимуть візуальний і текстовий контент відповідно до потреб бізнесу, братимуть участь у підготовці продакшену та формуванні комунікаційної стратегії. Проєкт спрямований на поєднання теоретичної підготовки з практичним досвідом, розвиток компетентностей у сфері маркетингових комунікацій, створення контенту та SMM, а також посилення взаємодії університету з бізнесом.



 **EDS + DNIROTECH = СИНЕРГІЯ**



**СТВОРЮЄМО МЕДІАРІШЕННЯ
НОВОГО ПОКОЛІННЯ**





Здобувачка освіти спеціальності 075 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» Ксенія Патинок посіла III місце на Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт зі спеціальності 073 «Менеджмент», організованому Кременчуцьким національним університетом імені Михайла Остроградського. Наукова робота студентки була присвячена формуванню комунікаційної політики закладу освіти. Цьогоріч конкурс об'єднав 192 учасників із 62 закладів вищої освіти 32 країн світу. Наукові роботи проходили рецензування та відкриту презентацію. Наукова керівниця Ксенії — Тетяна Куваєва. Участь у конкурсі сприяла розвитку дослідницьких компетентностей студентки та апробації результатів наукової роботи в міжнародному академічному середовищі.

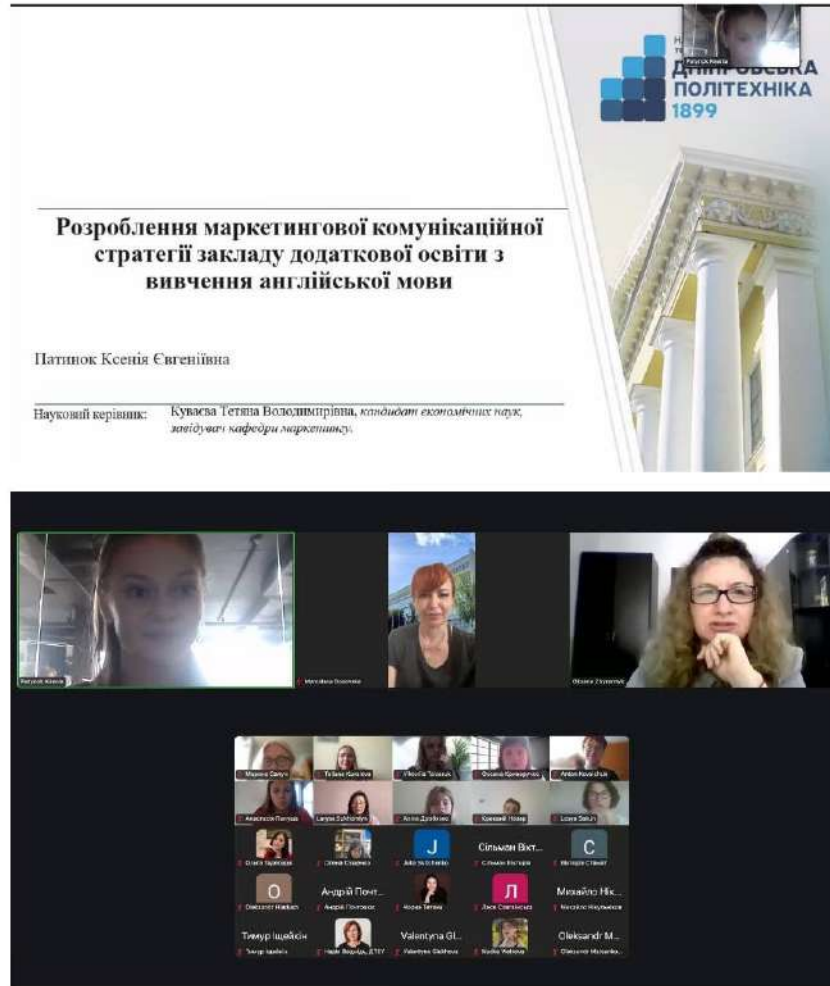


ПЕРЕМОГА

у Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт зі спеціальності
073 «Менеджмент»



Студентка
075 Маркетинг
ПАТИНОК КСЕНІЯ
Керівник Куваєва Тетяна



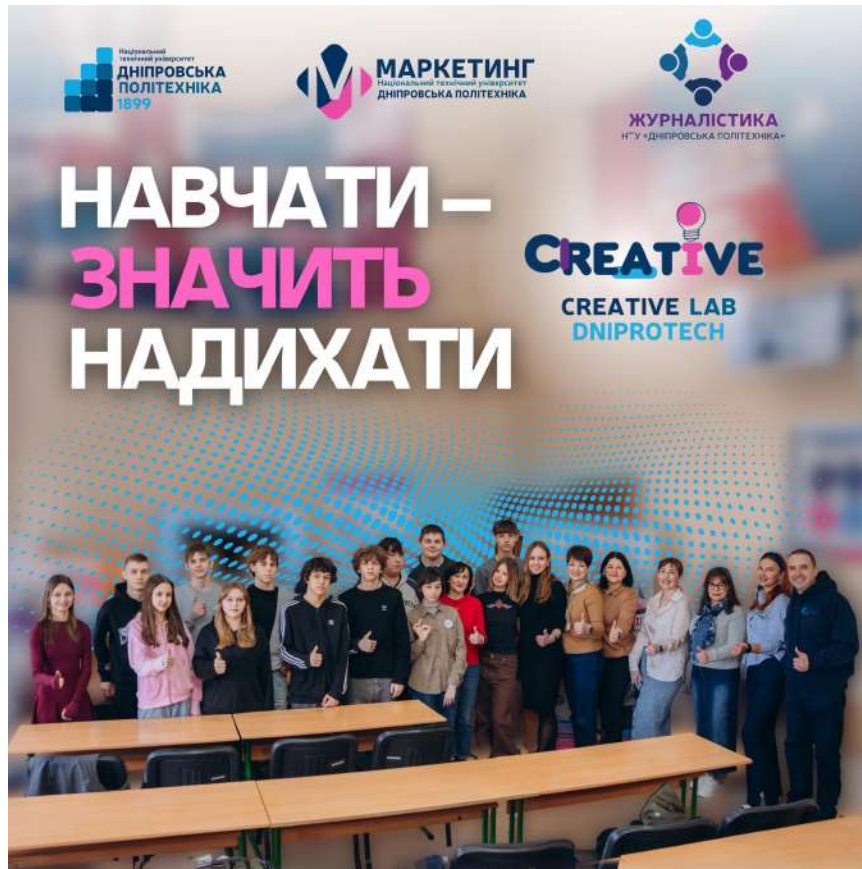
6. Інформаційна відкритість і роль соцмереж

Сторінки Facebook і Instagram кафедри виконували роль основного каналу комунікації гуртка:

- анонси організаційних засідань, семінарів і проєктів (4 Seasons of Marketing, Creative Lab). На базі НТУ «Дніпровська політехніка» розпочала роботу «Лабораторія креативних рішень» за участю учнів навчально-виховного об'єднання № 136 м. Дніпро. Під час першої зустрічі учасники долучилися до мозкового штурму, генерували ідеї та обговорювали можливості їх практичної реалізації. Ініціатива спрямована на розвиток креативного мислення, командної взаємодії та навичок пошуку нестандартних рішень, а також на зміцнення співпраці університету зі школярами й ознайомлення молоді з можливостями проєктної діяльності.







Підсумки та висновки

Гурток успішно виконав план роботи на 2024–2025 рік. Найбільш масштабними подіями стали:

- XX Ювілейна конференція «Majesty of Marketing» (грудень 2024);
- реалізація проекту 4 Seasons of Marketing (Erasmus+ Proment);
- запуск і проведення Creative Lab з гімназією №136;
- участь у X International school of marketing Logistics.

Студенти отримали досвід наукової роботи, публікацій, публічних виступів, участі в конкурсах, кейс-змаганнях, іграх, міжнародних проєктах і взаємодії зі стейкхолдерами. Робота над відеороликом, фотоконкурсом і бренд-орієнтованими активностями розвивала практичні креативні навички. Гурток функціонував гнучко, з урахуванням запитів здобувачів і актуальних тенденцій маркетингу (цифрові інструменти, сталий розвиток, соціальна реклама, міжнародні проєкти Erasmus+). Діяльність повністю відповідала принципам студентоцентризму та змішаної форми організації.

Керівник наукового
студентського гуртка
«Еврика маркетингу»

Тетяна КУВАСОВА