

**Звіт про виконання плану роботи наукового студентського гуртка
«Еврика маркетингу» на 2025 – 2026 навчальний рік**

Період: вересень 2025 р. – червень 2026 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.

У вересні 2025 року робота гуртка розпочалася з організаційного засідання, під час якого було обговорено та затверджено план діяльності на рік. Доповідачами виступили завідувач кафедри, кандидат економічних наук Куваєва Т.В., професор Касян С.Я. та Морозова Є.П. Паралельно члени гуртка активно долучилися до підготовки святкування 25-річчя кафедри маркетингу. Окремим творчим напрямом стала підготовка креативного відеоролика, присвяченого місту Дніпро, який створювався спільно з кіностудією «Юність» (@you_know_studio).

25 вересня 2025 року здобувачі першого курсу спеціальності «Маркетинг» разом із куратором Євгенією Морозовою взяли участь у Дні донора, організованому на базі лікарні ім. Мечникова. Участь у заході сприяла формуванню соціальної відповідальності, культури взаємодопомоги та гуманістичних цінностей серед студентської молоді.



Здобувачі ознайомилися з роботою пересувної екологічної лабораторії, яка відвідала університет. Під час заходу студенти отримали практичні знання

щодо сучасних технологій моніторингу стану довкілля, зокрема контролю якості повітря та води. Відвідування лабораторії сприяло поглибленню розуміння ролі інновацій у сфері екологічного контролю, формуванню екологічної свідомості та усвідомленню значення соціальної відповідальності бізнесу.



У жовтні діяльність гуртка була спрямована на активізацію наукової роботи здобувачів вищої освіти. Студентів мотивували до написання тез доповідей для участі в щорічній конференції «Majesty of Marketing» та інших міжнародних і всеукраїнських конференціях. Водночас проводилася підготовка до кейс-змагань відповідно до наявних пропозицій. Члени гуртка взяли участь у грі для студентів спеціальності D5 Маркетинг «Play & Win заради змін». Також розпочалася підготовка до конкурсу соціальної студентської реклами та спільного проєкту з EDS. Окремо варто відзначити участь у проєкті Erasmus+ VERSE, відзначення Всесвітнього дня ментального здоров'я та екскурсію на MOVA.

8 жовтня 2025 року для здобувачів магістерського рівня вищої освіти за освітньою програмою «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» проведено відкриту лекцію на тему «Правові аспекти маркетингу стартап-проєктів у США: добрі практики для України» у межах дисципліни «Маркетинг стартап-проєктів». Запрошеною спікеркою стала Олеся Ващук, доктор юридичних наук, професор Національного університету «Одеська

юридична академія», голова Офісу підтримки вченого при Міністерстві освіти і науки України. Захід сприяв поглибленню знань здобувачів щодо правових аспектів реалізації стартап-проєктів, ознайомленню з практиками США та можливостями їх застосування в Україні.

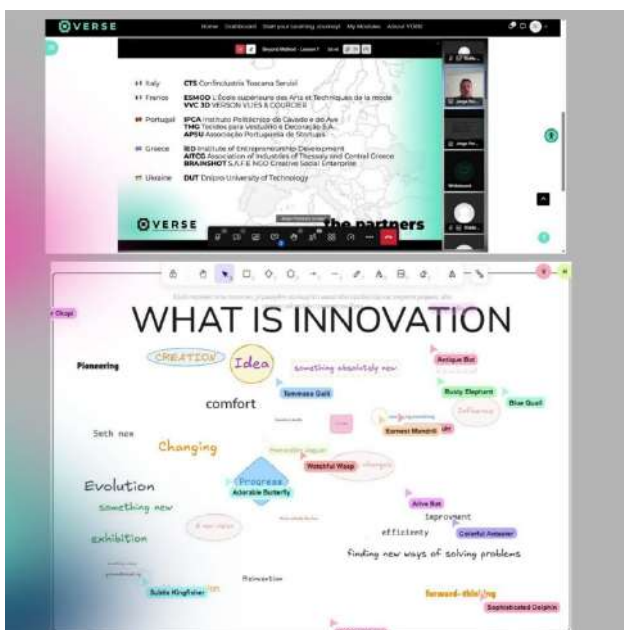


**8 ЖОВТНЯ 2025 РОКУ
ВІДКРИТА ЛЕКЦІЯ НА
ТЕМУ "ПРАВОВІ
АСПЕКТИ МАРКЕТИНГУ
СТАРТАП-ПРОЄКТІВ У
США: ДОБРІ ПРАКТИКИ
ДЛЯ УКРАЇНИ"
У РАМКАХ
МАГІСТЕРСЬКОЇ
ДИСЦИПЛІНИ
МАРКЕТИНГ СТАРТАП-
ПРОЄКТІВ ДЛЯ
СТУДЕНТІВ-
МАРКЕТОЛОГІВ
НТУ "ДНІПРОВСЬКА
ПОЛІТЕХНІКА"**



**ГОСТЬОВИЙ СПІКЕР - ОЛЕСЯ ВАЩУК,
Д-Р ЮРИД. НАУК, ПРОФЕСОР
НУ "ОДЕСЬКА ЮРИДИЧНА АКАДЕМІЯ",
ГОЛОВА ОФІСУ ПІДТРИМКИ ВЧЕНОГО**

У жовтні 2025 року здобувачі вищої освіти спеціальності «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» розпочали навчання в межах пілотної програми міжнародного проєкту VERSE (Visionary Education for Responsible Sustainable Eco-Fashion), що реалізується за співфінансування Європейського Союзу. Навчання відбувалося в онлайн-форматі із залученням до мультинаціональних і міждисциплінарних команд. Участь у проєкті спрямована на розвиток креативного та інноваційного мислення, навичок міжнародної співпраці й проєктної діяльності, а також формування компетентностей у сфері сталого розвитку та відповідальної екологічної моди.



10 жовтня 2025 року для здобувачів проведено зустріч у межах Всеукраїнської програми ментального здоров'я «Ти як?». Захід був присвячений питанням емпатії, взаємопідтримки, емоційного благополуччя та розвитку навичок ефективної взаємодії. Проведення зустрічі сприяло формуванню доброзичливого освітнього середовища, розвитку соціальних навичок і підвищенню уваги студентської молоді до збереження ментального здоров'я.

Крім того, гурток провів низку заходів, присвячених Дню української писемності та мови. У межах проєкту Erasmus+ Proment було реалізовано заходи «4 Seasons of Marketing». Студенти також відвідали студію 11 телеканалу, що дало можливість ознайомитися з практикою медіавиробництва.



**В МЕЖАХ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
ПРОГРАМИ МЕНТАЛЬНОГО
ЗДОРОВ'Я**

ТИ ЯК?



10.10.25

о 10:00

АУД. 4/93

14 жовтня 2025 року для студентів спеціальності «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» організовано онлайн-зустріч із представниками ІТ-компанії Red Rocket Software. Під час заходу учасники ознайомилися з можливостями стажування у сферах маркетингу та продажів, особливостями навчання під керівництвом менторів і перспективами професійного розвитку в міжнародному бізнес-середовищі. Зустріч сприяла розширенню уявлень студентів про кар'єрні можливості за фахом та налагодженню взаємодії з потенційними роботодавцями.

Стажування, яке може стати стартом вашої кар'єри!

Це твій шанс показати себе та отримати **досвід** і роботу в сфері маркетингу та продажів



Катерина Олійник
IT Recruiter в Red Rocket Software

Еліана Золотарьова
Head of HR в Red Rocket Software

13 – 14 жовтня 2025 року здобувачі вищої освіти взяли участь у дводенному тренінгу «STOPманіпулятор», організованому Академією української преси за підтримки Friedrich Naumann Foundation for Freedom Ukraine. У межах заходу студенти опрацювали механізми інформаційних маніпуляцій, особливості поширення дезінформації, когнітивні упередження, вплив емоцій на сприйняття медіаконтенту та ризики комунікації в соціальних мережах. Практичні заняття й інтерактивні ігри сприяли розвитку критичного мислення, навичок аналізу медіаповідомлень та інформаційної гігієни. За результатами участі студенти отримали сертифікати.



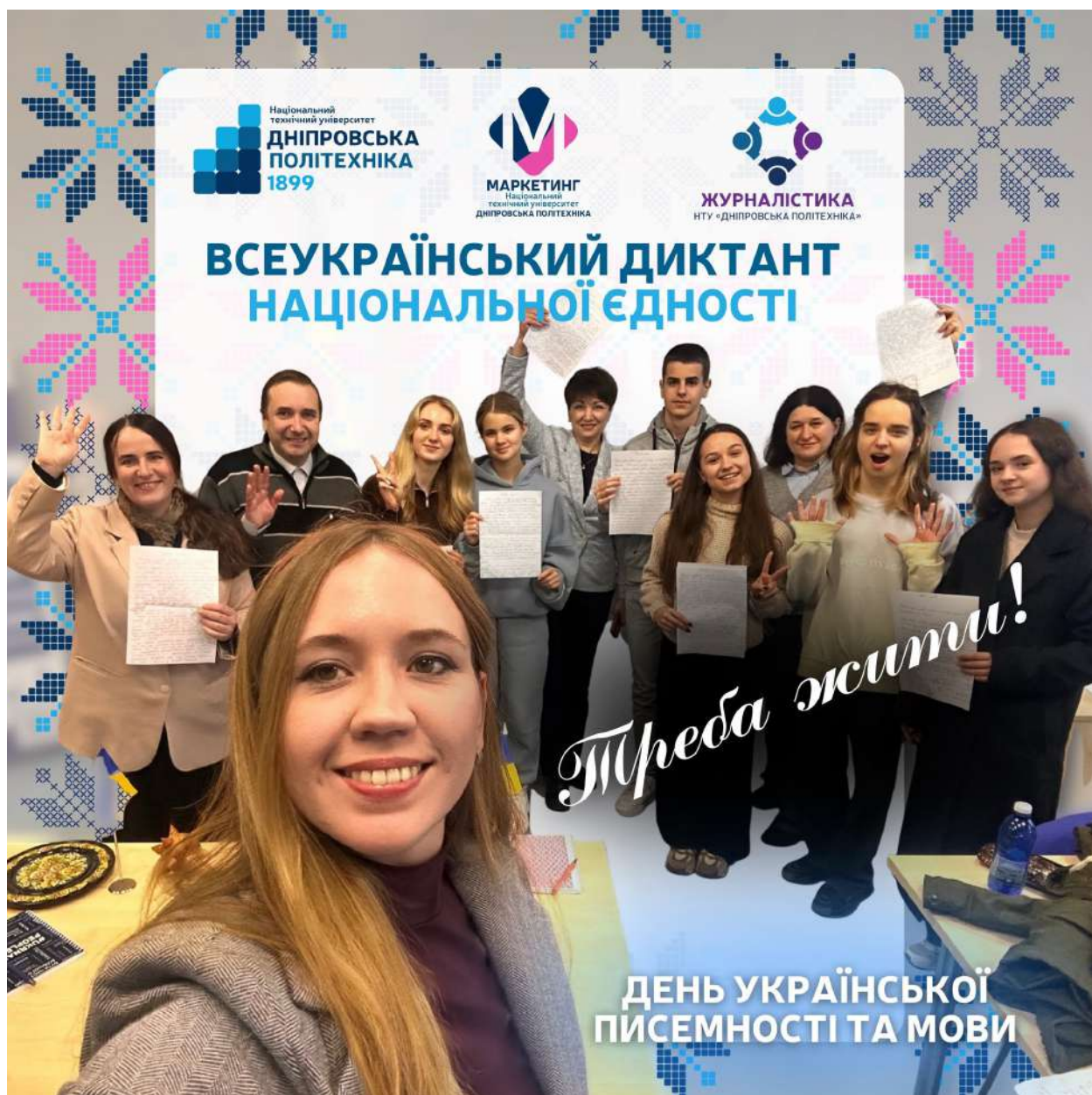
Здобувачі вищої освіти спеціальності D5 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» відвідали пивоварню MOVA Brewing Co., де ознайомилися з особливостями формування бренду, сучасними маркетинговими комунікаціями та інструментами взаємодії з аудиторією. Під час екскурсії студенти дізналися про організацію роботи креативної команди, підходи до позиціонування бренду та роль емоційної складової у формуванні споживчого досвіду. Також вони ознайомилися з технологічними особливостями виробництва та інноваційними рішеннями підприємства. Відвідування сприяло поглибленню практичних знань із маркетингу, брендингу та стратегічного управління.

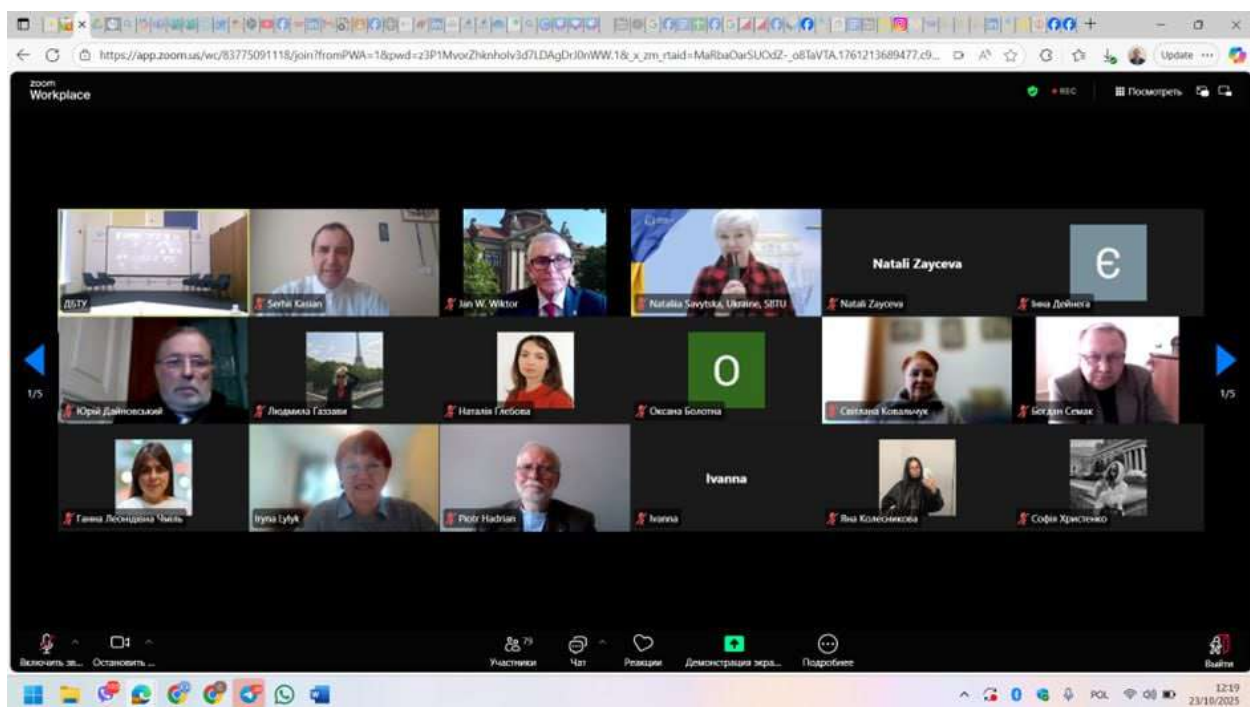
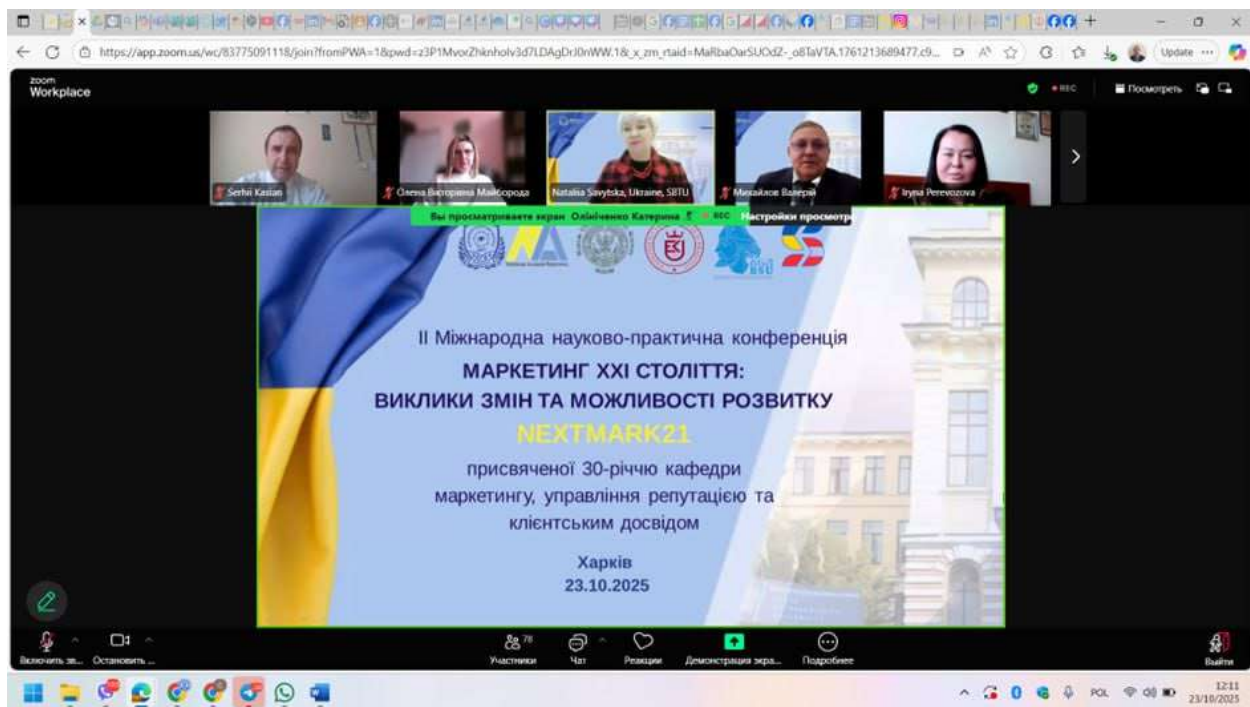


Здобувачі вищої освіти спеціальності D5 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» разом із доцентом кафедри маркетингу Наталією Шинкаренко взяли участь в офлайн бізнес-лекції компанії UKRNAFTA на тему «Паливний ритейл: як працює бізнес, який бачать усі, але не знає ніхто». Спікер заходу — Василь Бікус, начальник операційного управління мережі АЗК UKRNAFTA, ознайомив студентів з особливостями функціонування паливного ритейлу, формуванням стратегії бренду, актуальними викликами галузі та перспективами її розвитку. Зустріч сприяла поглибленню практичних знань із маркетингу, стратегічного управління та ознайомленню з досвідом провідної української компанії.



Здобувачі вищої освіти долучилися до написання Всеукраїнського радіодиктанту національної єдності. Участь у заході стала нагодою засвідчити повагу до української мови, національної культури та духовних цінностей, а також долучитися до загальнонаціональної ініціативи, що об'єднує українців навколо рідного слова.





29 жовтня 2025 року в межах менторського проєкту «PROMENT» відбулася зустріч «4 SEASONS OF MARKETING» за участю Яни Лут, випускниці спеціальності «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» та маркетологині KFC. Під час заходу студенти ознайомилися з практичними аспектами розроблення маркетингових кампаній, особливостями

конкурентного реагування брендів і застосуванням університетських знань у професійній діяльності. Зустріч сприяла обміну досвідом між випускницею та здобувачами освіти, розширенню їхніх уявлень про роботу маркетолога та можливості професійного розвитку в міжнародних компаніях.



Здобувачі освіти НТУ «Дніпровська політехніка» відвідали екскурсію на 11 телеканал, під час якої ознайомилися з особливостями роботи телевізійної

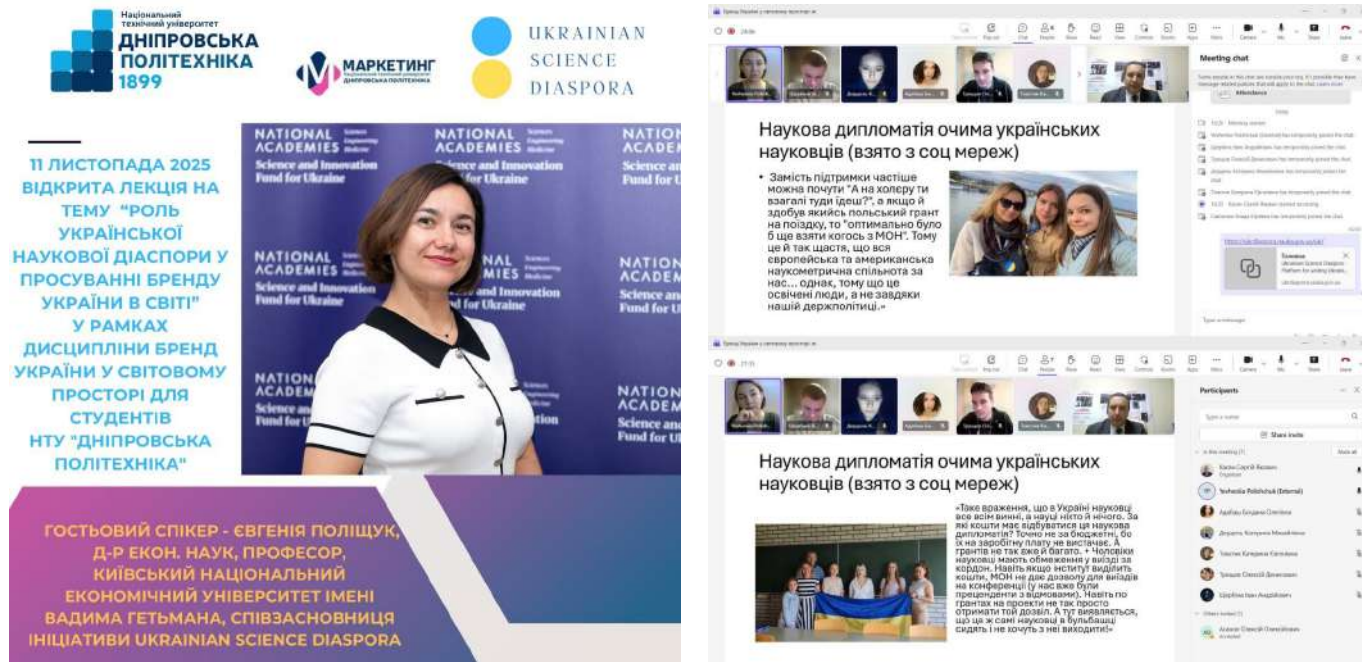
команди, діяльністю режисера, ведучого та використанням студійного обладнання. Учасники мали змогу практично спробувати себе в різних ролях, зокрема попрацювати з режисерським пультом і прочитати текст із суфлера. Захід сприяв професійному самовизначенню студентів, поглибленню їхнього розуміння специфіки телевізійної журналістики та формуванню практичних навичок.



Листопад був позначений продовженням роботи над науковими тезами для конференцій.

11 листопада 2025 року для студентів НТУ «Дніпровська політехніка» в межах дисципліни «Бренд України у світовому просторі» відбулася відкрита лекція на тему «Роль української наукової діаспори у просуванні бренду»

України в світі». Запрошеною спікеркою стала Євгенія Поліщук, доктор економічних наук, професор Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, співзасновниця ініціативи Ukrainian Science Diaspora. Під час лекції розглянуто роль української наукової діаспори у формуванні міжнародного іміджу держави та просуванні бренду України у світовому просторі.



Грудень став місяцем активної підготовки та безпосередньої участі у наукових подіях. Здобувачі готувалися до міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференцій студентів та молодих вчених, а також до кейс-змагань. Особлива увага приділялася підготовці до конкурсу студентської соціальної реклами в межах конференції «Majesty of Marketing». Студенти бакалаврату та магістратури виступили з доповідями на XX міжнародній науково-практичній конференції «Majesty of Marketing», а також здійснювали її модерацію. Завершився місяць зустріччю зі стейкхолдерами у форматі вебінару.

У межах конференції Majesty of Marketing 2025, організованої кафедрою маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» за участю Української Асоціації Маркетингу, відбувся обмін досвідом між студентською молоддю та представниками професійної спільноти. Учасники представили доповіді й обговорили актуальні виклики маркетингу, соціальну відповідальність бізнесу, цифрові трансформації та інноваційні підходи до комунікацій. Важливою складовою заходу став конкурс соціальної студентської реклами, на який надійшло 110 робіт, зокрема 94 друковані та 16 відеоробіт, від

представників восьми закладів освіти України. Тематика проєктів охоплювала екологічну свідомість, інноваційні HR-стратегії та актуальні цифрові тренди. Конференція сприяла розвитку творчого й наукового потенціалу студентів, популяризації соціально відповідального маркетингу та зміцненню міжуніверситетської співпраці.



У січні 2026 року робота над підготовкою до наукових конференцій продовжилася. Було проведено конференцію ідей щодо Вступу 2026, а також чергову зустріч зі стейкхолдерами. Паралельно розпочалася підготовка до участі у міжнародному конкурсі студентських наукових робіт Silver Student Science.

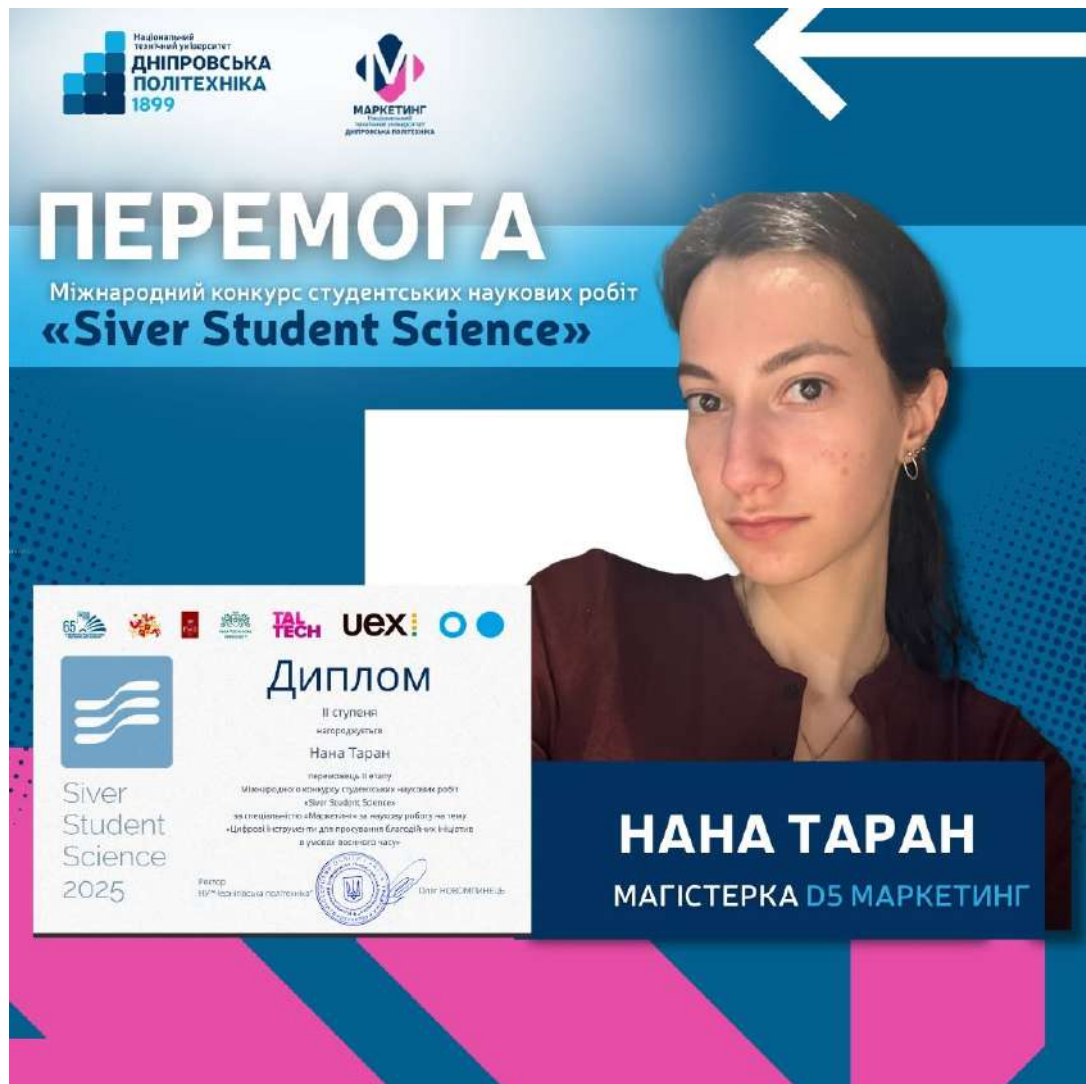
Кафедра маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» спільно з учнями Гімназії №141 м. Дніпра реалізувала спільний медіапроєкт у межах розвитку партнерства між університетом і закладами загальної середньої освіти. Ініціатива сприяла ознайомленню школярів із можливостями університетської освіти, залученню до практичної проєктної діяльності та формуванню усвідомленого вибору майбутньої професії.



Лютий розпочався з організаційного засідання гуртка. Члени гуртка активно готувалися до конференцій «Наукова весна» та «Розширюючи обрії». Відбулася участь у NIQ ACADEMY. Крім того, було проведено студентський семінар, присвячений пошуку шляхів покращення якості навчання та опануванню цифрових інструментів медіакомунікацій. Традиційно відбулася зустріч зі стейкхолдерами у форматі вебінару.

Магістерка спеціальності D5 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» Нана Таран здобула перемогу у II етапі Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт Silver Student Science, організованого за ініціативи Національного університету «Чернігівська політехніка» у співпраці

з європейськими університетами. На конкурс було представлено наукову роботу на тему «Цифрові інструменти для просування благодійних ініціатив в умовах воєнного часу», присвячену використанню цифрових маркетингових інструментів для підтримки благодійності та розвитку соціальної відповідальності. Перемога засвідчує актуальність дослідження та наукові здобутки студентки.



Студентки 2-го та 3-го курсів спеціальності D5 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» Софія Кальная та Валерія Винту успішно пройшли конкурсний відбір і стали учасницями NIQ Academy 2026. Програма реалізується компанією NielsenIQ спільно з кафедрою маркетингу КНЕУ та Українською Асоціацією Маркетингу й передбачає практичне навчання у

сферах маркетингової аналітики, дослідження споживчої поведінки, категорійного менеджменту, аналізу асортименту й конкурентного середовища, а також використання штучного інтелекту в дослідженнях. Участь студенток у програмі сприятиме поглибленню професійних компетентностей і набуттю практичного досвіду роботи з ринковими даними та бізнес-кейсами.

Національний технічний університет
ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА
1899

МАРКЕТИНГ
Національний технічний університет
ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА

**Наші студентки пройшли
відбір і прийняті до участі в
NIQ
ACADEMY**

Кальная Софія,
студентка 075-24-1

Винту Валерія,
студентка 075-23-3

 **Українська асоціація маркетингу**

NielsenIQ



Березень став періодом активної публікаційної діяльності. Студенти спільно з викладачами готували та публікували наукові статті у фахових і міжнародних виданнях. Було проведено семінар, присвячений дистанційним технологіям та можливостям удосконалення освітнього процесу. У межах проєкту «Бібліотечка маркетолога» відбувся огляд новітніх публікацій з проблематики соціальних комунікацій і цифрової журналістики, зокрема англійською мовою. Також продовжилася реалізація заходів «4 Seasons of

Marketing» у межах Erasmus+ Proment та була проведена профорієнтаційна гра Creative Lab. Місяць завершився зустріччю зі стейкхолдерами.

26 березня для студентів спеціальності D5 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» відбулася зустріч із представниками агенції RGB IDEA GROUP на тему «Як дослідження аудиторії змінює бізнес. Як працюють інтерв'ю, JTBD, інсайти клієнтів і чому без цього неможливо створити сильний бренд». Під час заходу учасники ознайомилися з практичними підходами до проведення глибинних інтерв'ю, визначення потреб споживачів за методологією Jobs To Be Done, виявлення клієнтських інсайтів і використання результатів досліджень для вдосконалення продуктів та підвищення ефективності маркетингових рішень. Зустріч сприяла поглибленню практичних знань із дослідження споживчої поведінки, брендингу та маркетингової стратегії, а також ознайомленню студентів із можливостями професійного розвитку й співпраці з креативною агенцією.

4 SEASONS OF MARKETING

МЕНТОРСЬКІ ЗУСТРІЧІ З ПРЕДСТАВНИКАМИ БІЗНЕСУ

ЯК ДОСЛІДЖЕННЯ АУДИТОРІЇ ЗМІНЮЄ БІЗНЕС?

Як працюють інтерв'ю, JTBD, інсайти клієнтів і чому без цього неможливо створити сильний бренд.

RGB IDEA GROUP
агенція консалтингу

СПІКЕР
АННА МАРТИНОВА
Експерт з маркетингу, бренд-стратег та спікерка, керуюча партнерка та CEO агенції RGB IDEA GROUP

Національний технічний університет ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА 1899

МАРКЕТИНГ
Національний технічний університет ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА

ЖУРНАЛІСТИКА
НТУ «ДНІПРОВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

PROMENT

агенція з маркетингових досліджень та стратегічного консалтингу
Інформаційно-консалтингові послуги
www.proment.com.ua

Co-funded by the European Union

26 березня для студентів спеціальності D5 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» відбулася практична зустріч із представниками агенції RGB IDEA GROUP, присвячена дослідженню споживачів і формуванню сильних брендів. Учасники розглянули методи проведення глибинних інтерв'ю, застосування підходу Jobs To Be Done, виявлення клієнтських інсайтів і трансформацію результатів досліджень у маркетингові рішення, що впливають на продажі. Захід дав змогу ознайомитися з практичним досвідом роботи креативної агенції та поглибити компетентності у сфері маркетингових досліджень, розроблення продуктів і брендингу.



Учні гімназії №141 м. Дніпра взяли участь у професійній грі з маркетингу та журналістики, організованій за участю кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка». Під час заходу школярі спробували себе в ролі фахівців із маркетингу та медіа: розробляли креативні кампанії, аналізували ринок і готували медіаматеріали. Професійна гра сприяла ознайомленню учнів зі специфікою відповідних професій, розвитку критичного мислення, творчих здібностей і навичок командної роботи, а також допомогла краще усвідомити власні професійні інтереси.



Для студентів спеціальності D5 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» відбулася зустріч із Надією Денисенко, директоркою з персоналу компанії Vector VS, присвячена підготовці до початку професійної кар'єри. Під час заходу учасники обговорили принципи створення ефективного резюме, канали пошуку роботи та підходи до вибору роботодавця. Студенти аналізували приклади CV, ставили запитання й ділилися власним досвідом. Зустріч сприяла розвитку навичок самопрезентації, підвищенню готовності до працевлаштування та кращому розумінню вимог сучасного ринку праці.



У квітні члени гуртка взяли участь у міжнародній конференції «Widening our Horizons», де представили свої напрацювання у форматі семінару-представлення та диспуту. Продовжилася робота над підготовкою та публікацією наукових статей. Також було організовано круглі столи у сфері маркетингу та проведено зустрічі зі стейкхолдерами.

Реалізація спільного освітньо-практичного проєкту кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» та Дніпровського академічного театру опери та балету за підтримки Dnipro Regional IP&I Hub і Highwaytotop.

Метою проєкту є розроблення маркетингових рішень для залучення молодіжної аудиторії до театрального мистецтва. У межах проєкту здобувачі вищої освіти працюватимуть у командах, досліджуватимуть цільову аудиторію, перевірятимуть маркетингові гіпотези та розроблятимуть пропозиції щодо вдосконалення маркетингової діяльності театру. Ініціатива спрямована на інтеграцію освітнього процесу з практичними потребами культурної сфери, розвиток професійних компетентностей здобувачів освіти та посилення взаємодії університету з культурними інституціями регіону. У межах започаткування співпраці учасники проєкту відвідали виставу *Viva Venezia* Дніпровського академічного театру опери та балету.



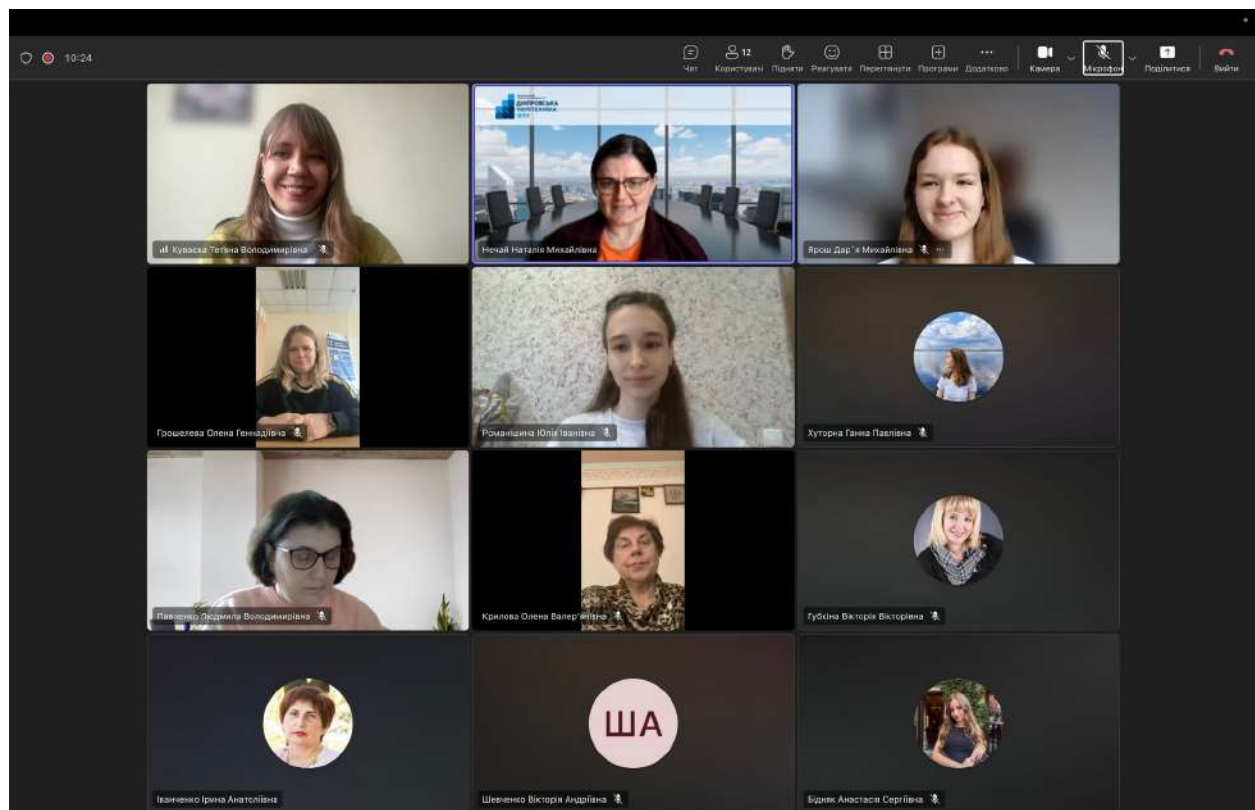
Травень був присвячений подальшій підготовці студентів до участі в міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях. Відбулася чергова зустріч зі стейкхолдерами у форматі вебінару. Студенти спеціальності D5 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» взяли участь у воркшопі від компанії Expolight, присвяченому комунікаціям у сфері архітектурного світлового дизайну. Під час заходу учасники працювали над формуванням ключових повідомлень проєктів, добором візуальних матеріалів, створенням презентацій і текстів, які розкривають концепцію та цінність урбаністичних рішень для аудиторії. Воркшоп сприяв розвитку навичок контент-маркетингу, сторітелінгу та стратегічних комунікацій. За результатами практичної роботи найкращі учасники отримали можливість долучитися до команди Expolight на позицію менеджера з контенту та комунікацій.



Студентка 3-го курсу спеціальності D5 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» Софія Кравченко взяла участь у першій в історії університету онлайн-конференції «Ma vie d'étudiante en Ukraine», організованій спільно з французьким партнером IMT Mines Albi. Під час заходу студентка поділилася досвідом навчання в Україні в умовах війни, розповіла про трансформацію освітнього процесу та повсякденні виклики, зокрема спричинені блекаутами. Участь у конференції сприяла розвитку міжнародного діалогу, зміцненню партнерства з французьким закладом освіти та представленню досвіду й стійкості студентської спільноти DniproTech міжнародній аудиторії.



Студентки спеціальності D5 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» Дар'я Ярош, Анастасія Бідняк і Вікторія Шевченко взяли участь у XXI Міжнародному форумі студентів та молодих учених «Розширюючи обрії». У секції Modern Economic вони представили наукові роботи, продемонструвавши ґрунтовне розуміння досліджуваних проблем, аналітичні навички та сучасні підходи до вивчення економічних процесів. Участь у форумі сприяла розвитку науково-дослідницьких компетентностей студенток, презентації результатів їхніх досліджень і залученню молоді до міжнародного академічного середовища.

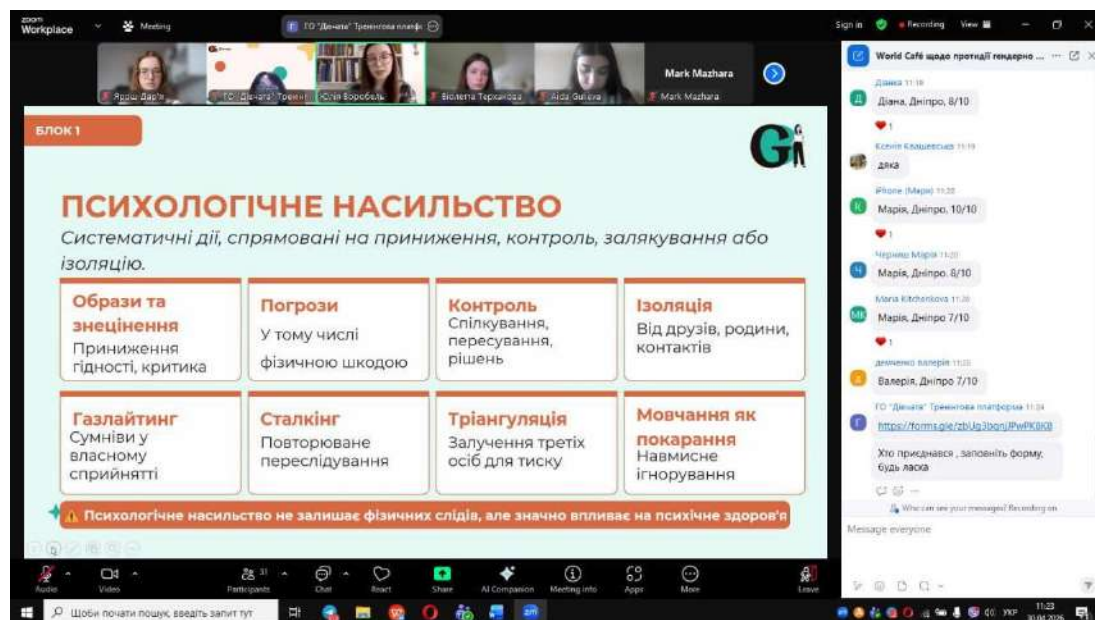
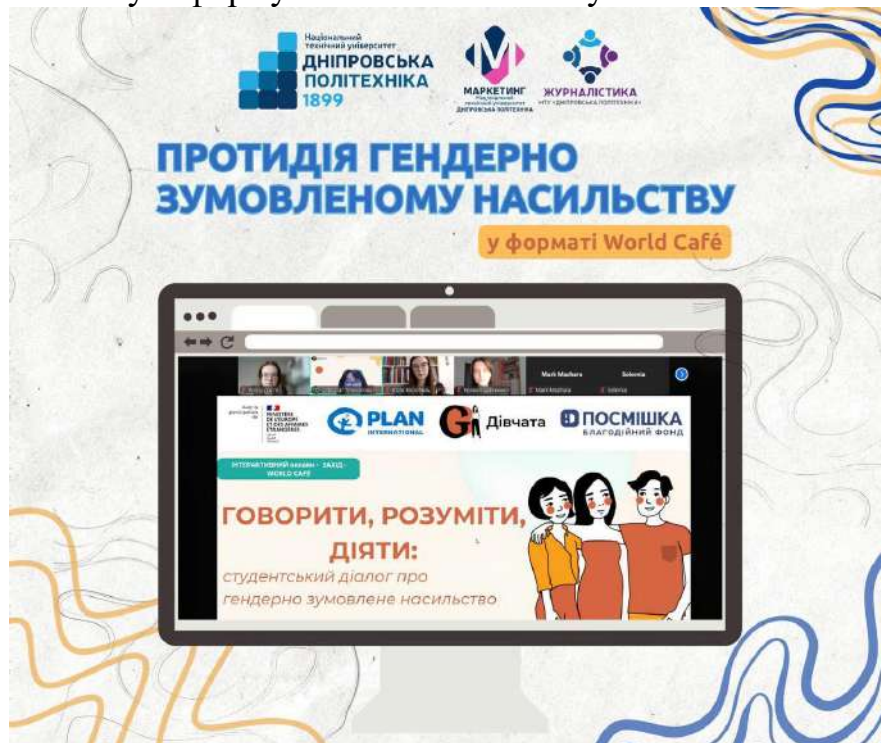


Викладачі та студенти кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» виступили менторами учасників проєкту E-Formula DniproTech. Під час роботи вони допомагали командам розвивати навички візуальної комунікації: фотографування технічних процесів і результатів, передавання емоцій через кадр, створення візуального сторітелінгу та маркетингової презентації інженерних розробок. Менторська підтримка сприяла формуванню в учасників компетентностей у сфері контент-маркетингу, брендингу та комунікації цінності продукту для цільової аудиторії, продемонструвавши важливість інтеграції маркетингу, креативу й інженерії.



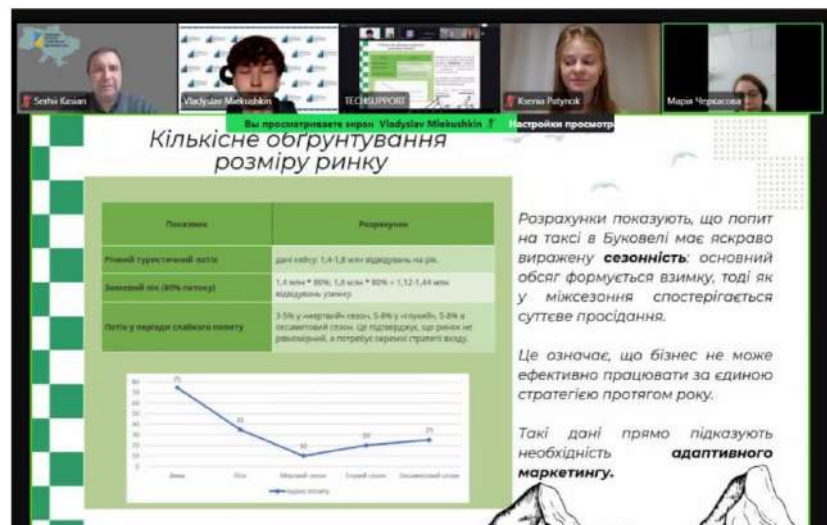
Студентки кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» долучилися до соціального заходу у форматі World Café на тему «Протидія гендерно зумовленому насильству». Ініціаторами події виступили громадська організація «Дівчата» у партнерстві з БФ «Посмішка ЮА» та міжнародною організацією Plan International у межах проєкту підтримки жінок і дівчат, які постраждали від війни в Україні. Під час інтерактивної зустрічі учасниці

працювали в малих групах, аналізували практичні ситуації та обговорювали можливі шляхи розв'язання проблем. Захід сприяв розвитку критичного мислення, соціальної відповідальності та розуміння ролі комунікацій у протидії насильству й формуванні безпечного суспільства.



Команда «Територія кліку» у складі студентів спеціальності D5 «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» Владислава Мекушкіна, Нани

Таран, Марії Черкасової та Ксенії Патинок — здобула II місце у XIX Міжнародному студентському кейс-змаганні Raising Industrial Marketing Stars у межах B2B Marketing Forum. Змагання відбулося на базі Національного технічного університету України «КПІ ім. Ігоря Сікорського» за підтримки представників бізнесу, зокрема компанії Bolt. Досягнення студентів засвідчує їхню здатність аналізувати реальні бізнес-кейси, застосовувати стратегічне мислення та розробляти практично орієнтовані маркетингові рішення. Участь у змаганні сприяла розвитку професійних компетентностей і зміцненню зв'язків між університетською освітою та бізнес-середовищем.



Студенти спеціальності D5 «Маркетинг» взяли участь у зустрічі з HR-менеджерами корпорації «Ольвія», під час якої ознайомилися із сучасними підходами до рекрутингу та корпоративної культури, актуальними вакансіями й можливостями працевлаштування. Учасники отримали практичні рекомендації щодо створення конкурентного резюме та обговорили з HR-фахівцями вимоги сучасного ринку праці. Захід сприяв розвитку професійних компетентностей студентів, удосконаленню навичок самопрезентації та налагодженню взаємодії з потенційним роботодавцем.



Червень став підсумковим місяцем роботи гуртка. Члени гуртка долучилися до створення подкастів на актуальну тему сталого розвитку. На завершення навчального року було підведено підсумки діяльності наукового студентського гуртка «Еврика маркетингу».

Команду студентів спеціальності D5 «Маркетинг» «Територія кліку» урочисто нагороджено за здобуття II місця у XIX Міжнародному студентському кейс-змаганні Raising Industrial Marketing Stars у межах B2B Marketing Forum. До складу команди увійшли Владислав Мекушкін (капітан), Нана Таран, Марія Черкасова та Ксенія Патинок. Науковими керівниками команди були професор Сергій Касян і доцент Євгенія Морозова. Участь у змаганні, що відбулося на базі КПІ ім. Ігоря Сікорського за підтримки представників бізнесу, зокрема компанії Bolt, дала студентам можливість попрацювати з реальними бізнес-кейсами, розвинути навички командної роботи, аналітичного мислення та розроблення практичних маркетингових рішень.



**КОМАНДА
МАРКЕТОЛОГІВ
DNIPROTECH
«ТЕРИТОРІЯ КЛІКУ»
ВИБОРОЛА II МІСЦЕ У
XIX МІЖНАРОДНОМУ
СТУДЕНТСЬКОМУ
КЕЙС-ЗМАГАННІ
RAISING INDUSTRIAL
MARKETING STARS В
МЕЖАХ B2B MARKETING
FORUM**



**ВІТАЄМО НАШИХ ПЕРЕМОЖЦІВ:
ВЛАДИСЛАВ МЕКУШКІН, КАПІТАН
НАНА ТАРАН
МАРІЯ ЧЕРКАСОВА, МК-25М-1
КСЕНІЯ ПАТИНОК, О75-22-2
НАУКОВІ КЕРІВНИКИ: ПРОФЕСОР СЕРГІЙ
КАСЯН, ДОЦЕНТ ЄВГЕНІЯ МОРОЗОВА**

Діяльність гуртка протягом року здійснювалася на засадах студентоцентризму та за змішаною формою. За потреби проводилися додаткові заходи на запити здобувачів вищої освіти з урахуванням актуальних тенденцій розвитку маркетингу.

Керівник наукового
студентського гуртка
«Еврика маркетингу»



Тетяна КУВАСОВА