

Звіт про виконання плану роботи наукового студентського гуртка «Еврика маркетингу» на 2023 – 2024 навчальний рік

Форма роботи: змішана (очна + дистанційна)

Принцип діяльності: студентоцентризм (можливість додаткових заходів за запитами здобувачів з урахуванням світових і вітчизняних тенденцій розвитку маркетингу)

Гурток працював відповідно до затвердженого плану роботи на 2023 – 2024 рік. Діяльність була спрямована на розвиток наукових, креативних і практичних навичок студентів спеціальності 075 (D5) Маркетинг, підготовку до конференцій, кейс-змагань, проєктної роботи, взаємодію зі стейкхолдерами та участь у міжнародних ініціативах (зокрема Erasmus+ Proment).

Основні результати за напрямками

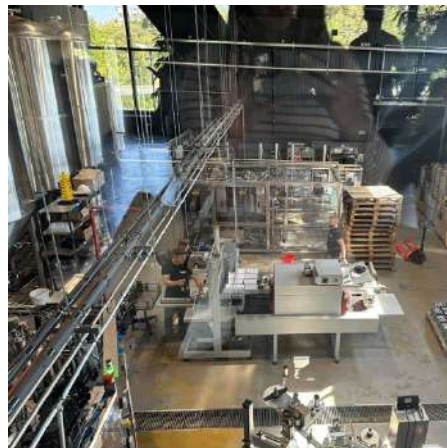
1. Організаційна та планова робота

У вересні 2023 р. проведено організаційне засідання гуртка, обговорено та затверджено план роботи. У лютому 2024 р. відбулося чергове організаційне засідання. У червні 2024 р. підведено підсумки роботи гуртка.



2. Науково-дослідна та конференційна діяльність

- Активізовано написання тез доповідей студентами для участі в міжнародних і всеукраїнських конференціях.
- У межах діяльності студентського наукового гуртка «Еврика маркетингу» здобувачі освіти спеціальності «Маркетинг» відвідали крафтове виробництво MOVA Brewing Co. у м. Дніпро. Під час екскурсії учасники ознайомилися з особливостями організації виробничих процесів, використанням сучасного технологічного обладнання, логістикою, маркетинговими стратегіями підприємства, підходами до формування бренду та комунікацій зі споживачами. Окрему увагу приділено принципам відкритості бізнесу, соціальній відповідальності та формуванню взаємодії з цільовими аудиторіями. У межах заходу також розглянуто практичний досвід реалізації маркетингових функцій на підприємстві та професійну діяльність випускниці університету Ann Samarets, начальниці відділу маркетингу MOVA Brewing Co. Захід сприяв поглибленню практичних знань здобувачів освіти щодо застосування маркетингових інструментів у діяльності сучасного підприємства.



- 11 жовтня 2023 року здобувачі освіти та викладачі освітньої програм «Маркетинг» взяли участь у відкритій зустрічі з маркетингологом-практиком Вікторією Підгурською на тему «Психологія сприйняття брендів сучасним споживачем». Під час вебінару розглянуто особливості сприйняття брендів споживачами та психологічні чинники, що впливають на формування ставлення до бренду. Участь у заході сприяла поглибленню знань здобувачів освіти щодо поведінки споживачів, бренд-комунікацій і застосування практичних підходів у маркетинговій діяльності. Захід організовано за сприяння кафедри маркетингу імені А. Ф. Павленка Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана.



Кафедра маркетингу імені А. Ф. Павленка
КНЕУ ім. В. Гетьмана

Зустріч з маркетологом-практиком

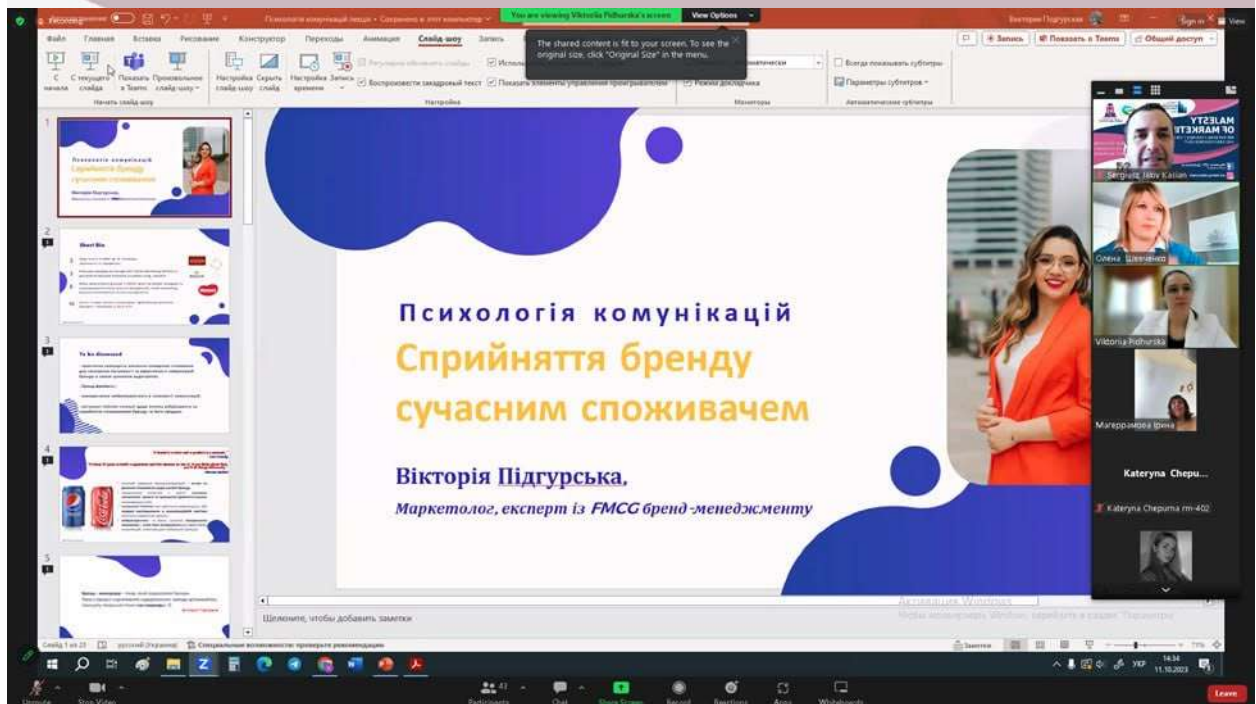
Психологія сприйняття брендів сучасним споживачем

 **Середа, 11 жовтня 2023**
14:30 год., онлайн



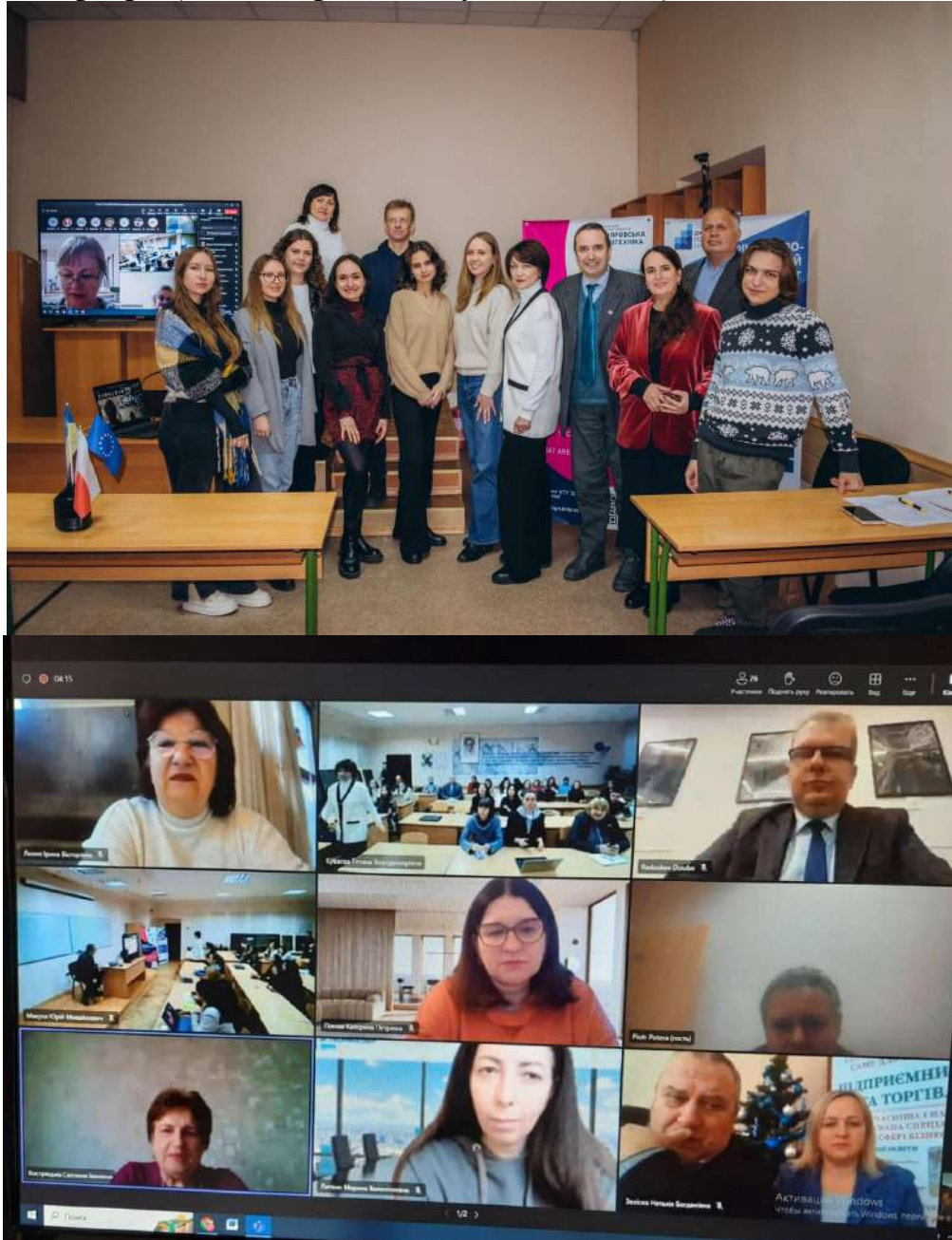
Вікторія ПІДГУРСЬКА

- СМО (Chief Marketing Officer) дистриб'юторської компанії на ринку кондитерських виробів
- Практичний досвід в FMCG-сфері, розвиток потужних бізнес-проектів та успішна кар'єра в маркетингу
- Займалась розвитком вітчизняних і міжнародних брендів ("Roshen", "Beehive", "Spell", "Huggies" та ін.) та просуванням українських брендів на світовому ринку
- Постійно навчається, подорожує, вивчає менталітет і поведінку споживачів інших країн



- XIX Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених «Majesty of Marketing» (7 грудня 2023 р.). Формат: змішаний. Студенти бакалаврату та магістратури виступили з доповідями, брали участь

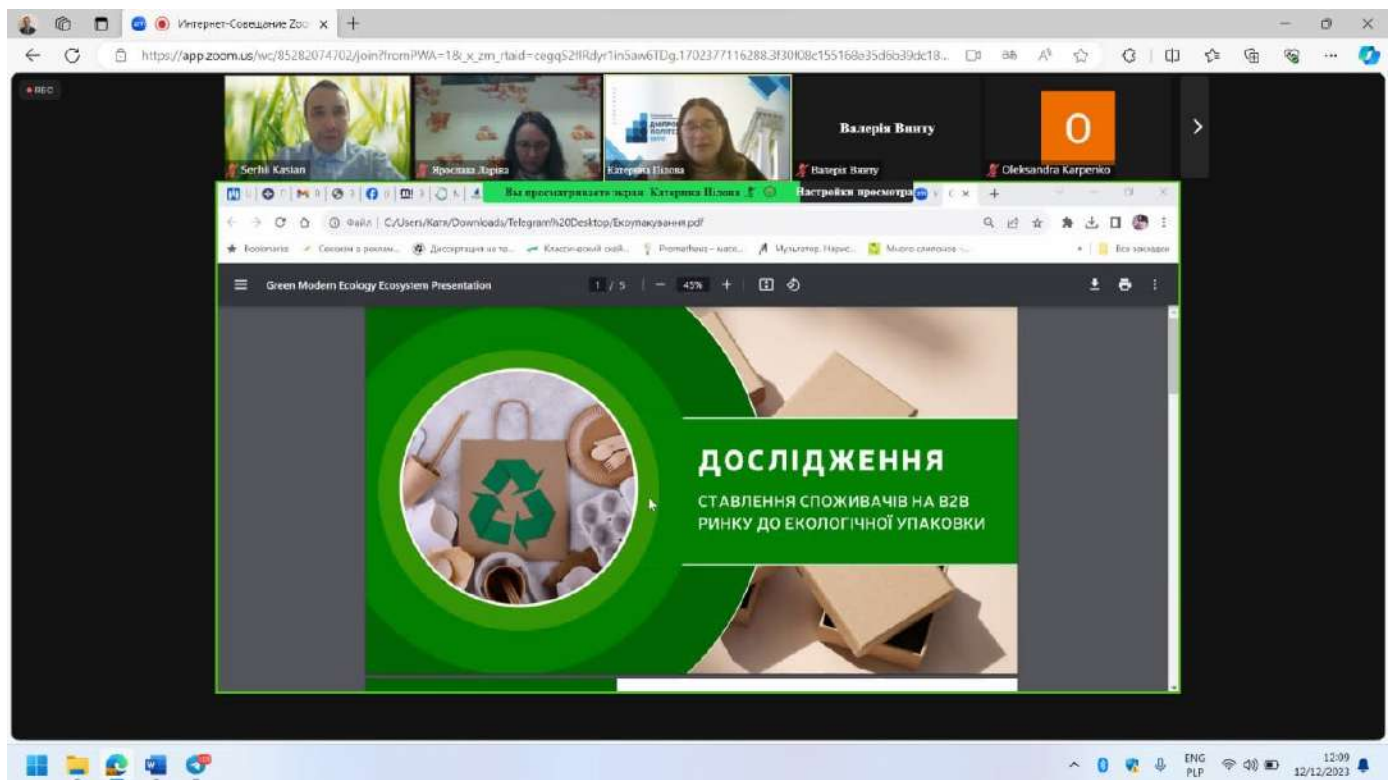
у модерації. У межах конференції проходив конкурс студентської соціальної реклами. Матеріали опубліковано у збірці (265 сторінок, доступна в репозиторії НТУ «Дніпровська політехніка»). Організатори: кафедра маркетингу, Центр маркетингових цифрових технологій, Рада молодих учених при МОНУ, Українська асоціація маркетингу, ВГО «Інноваційний університет». Науковий студентський гурток «Еврика маркетингу» зазначений серед організаторів/учасників. Конференція широко висвітлювалася в соцмережах кафедри (анонси, фото, підсумки, подяки).



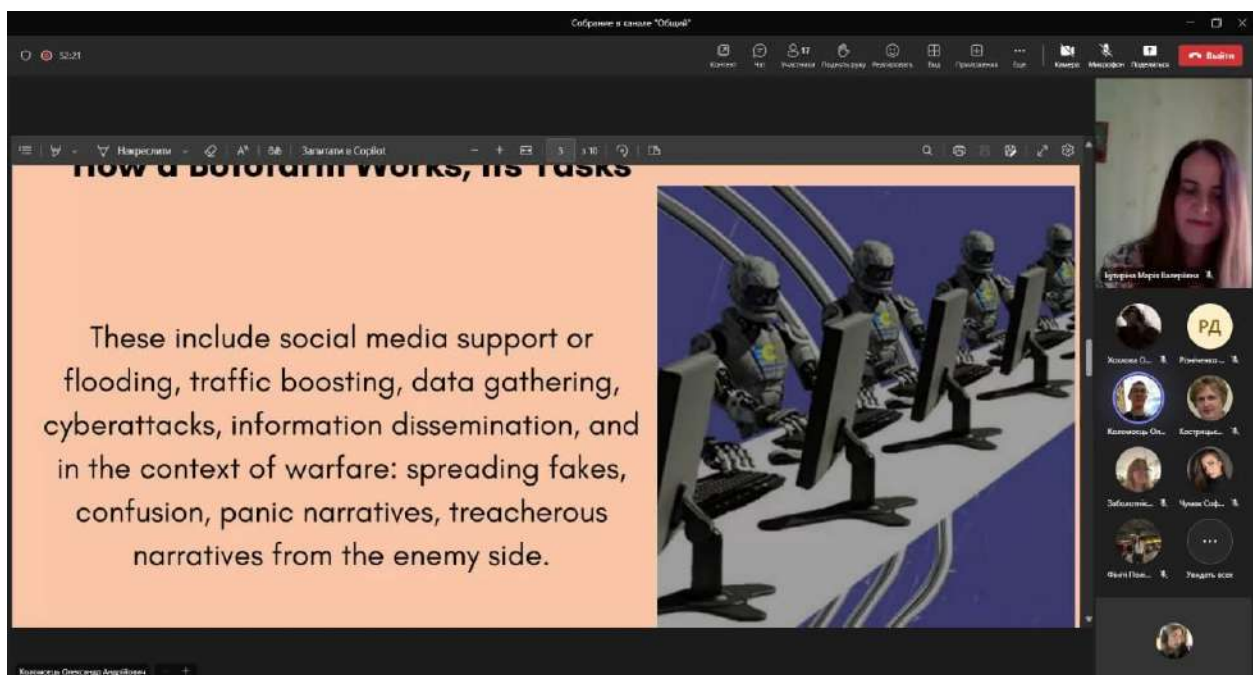
- Підготовка та участь студентів у конференціях «Наукова весна», «Розширюючи обрії» / «Widening our Horizons» (лютий–квітень 2024 р.), а також у інших міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях студентів і молодих учених.



- Підготовка і публікація наукових статей у фахових та міжнародних виданнях спільно зі студентами (березень–квітень 2024 р.).
- Огляд новітніх публікацій з проблематики соціальних комунікацій і цифрової журналістики (проект «Бібліотечка маркетолога», семінари-представлення та диспути).
- 12 грудня представники кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» взяли участь у IV Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Органічний маркетинг: сучасні технології та перспективи розвитку», організованій Комітетом з питань органічного маркетингу при Українській Асоціації Маркетингу за підтримки Міністерства аграрної політики та продовольства України. У межах конференції представлено результати маркетингового дослідження ставлення споживачів на B2B-ринку до екологічної упаковки, проведеного на кафедрі маркетингу. Участь у заході сприяла представленню результатів наукової діяльності кафедри, обміну досвідом із представниками академічної спільноти та обговоренню актуальних тенденцій розвитку органічного маркетингу й екологічно відповідальних маркетингових практик.



- Здобувачі взяли участь у XIX Міжнародному форумі «Розширюючи обрії», організованому кафедрою іноземних мов НТУ «Дніпровська політехніка». У межах заходу студенти представили результати власних наукових досліджень англійською мовою, долучилися до наукової дискусії та продемонстрували навички академічної комунікації, аргументації й публічних виступів. Участь у форумі сприяла розвитку дослідницьких компетентностей, критичного мислення, навичок іншомовного спілкування та презентації наукових результатів.

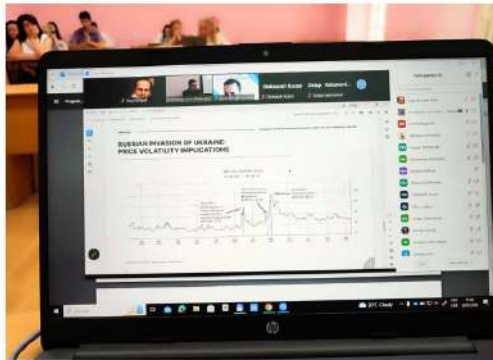


- Здобувачі освіти взяли участь у міжнародній науковій конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Актуальні проблеми функціонування господарської системи України», що відбулася на економічному факультеті Львівського національного університету імені Івана Франка. Учасники представили результати наукових досліджень і долучилися до пленарного

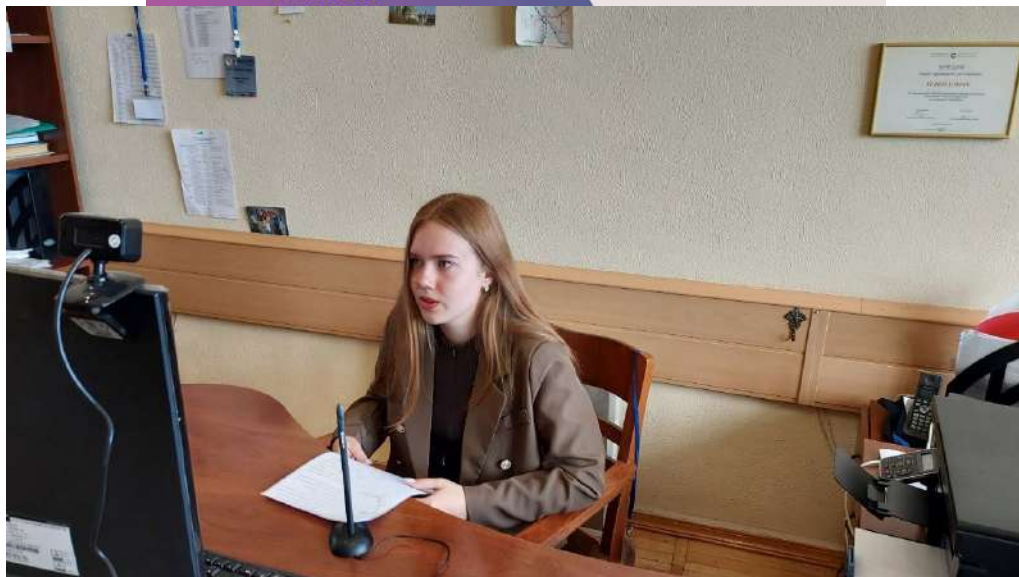
засідання та дискусій у межах секції «Маркетинг». Обговорення було присвячене актуальним проблемам функціонування економічної системи та пошуку ефективних маркетингових рішень. Участь у конференції сприяла апробації результатів наукових досліджень, розвитку дослідницьких і презентаційних навичок та розширенню наукової співпраці з представниками академічної спільноти України й інших країн.



СТУДЕНТИ
СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ
075 МАРКЕТИНГ,
061
ЖУРНАЛІСТИКА,
АСПІРАНТИ
ДАНИІЛ ШАПОВАЛ
ОЛЕКСІЙ
ШЕБАНОВ
КАФЕДРИ
МАРКЕТИНГУ
ВИСТУПИЛИ,
ЛЬВІВ



КОНФЕРЕНЦІЯ СЕКЦІЯ
МАРКЕТИНГ, АКТУАЛЬНІ
ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ
ГОСПОДАРСЬКОЇ СИСТЕМИ
УКРАЇНИ



- Відкрита зустріч за участю Данила Ясинського, засновника американського IT-стартапу Periodex.net. Під час заходу розглянуто практичні

аспекти створення та розвитку стартап-проектів у сфері інформаційних технологій. Залучення підприємця-практика до освітнього процесу сприяло поглибленню знань здобувачів освіти щодо реалізації стартап-ініціатив і застосування маркетингових інструментів у розвитку інноваційного бізнесу. Лекцію проведено в дистанційному форматі з використанням платформи Microsoft Teams українською та англійською мовами.

Данило Яшинський
засновник IT-стартапу
Periodex.net

МАРКЕТИНГ
ШЛЯХ ДО УСПІХУ

Національний
педагогічний університет
ДНІПРОВСЬКА
Політехніка
1899

ГОСТЬОВА ЛЕКЦІЯ
Маркетинг
стартап-проектів

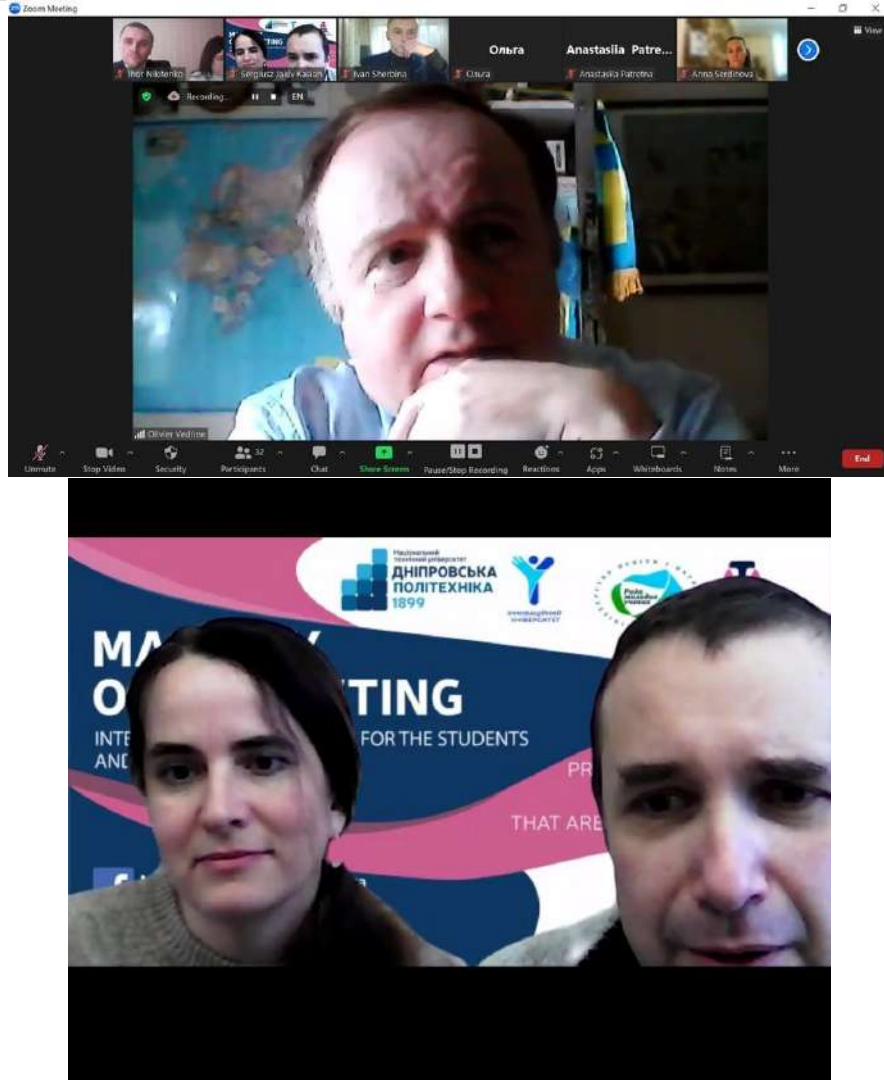
02 листопада 2023 року
о 16:05
MS Teams

PERIODIX

МАРКЕТИНГ
ШЛЯХ ДО УСПІХУ

- Здобувачі взяли участь у відкритій лекції англійською мовою французького телеведучого, публіциста, політолога та професора Олів'є

Ведріна. Під час зустрічі обговорено актуальні питання міжнародних комунікацій, протидії російській пропаганді та дезінформації, захисту інформаційного простору, медіаграмотності, комунікацій у соціальних мережах і комунікаційних практик європейської інтеграції. Лектор поділився досвідом участі в міжнародних медіапроектах і реалізації міжнародних ініціатив, а також відповів на запитання учасників. Модератором заходу виступив завідувач кафедри маркетингу Сергій Касян. Лекція сприяла розширенню професійного світогляду здобувачів освіти та поглибленню знань у сфері міжнародних і маркетингових комунікацій.



- 27 квітня 2024 року шестеро здобувачів освіти спеціальності «Маркетинг» НТУ «Дніпровська політехніка» — Аріна Сарман, Дарина Жук, Ірина Петраш, Ксенія Патинок, Михайло Єгоров і Дар'я Федун — розпочали участь у міжнародному проєкті Жан Моне «Академія досліджень

Європейського Союзу для школярів та студентів», пройшовши попередній відбір. У межах проєкту студенти долучилися до навчальних сесій, спрямованих на поглиблення знань про Європейський Союз, розвиток європейських студій та формування дослідницьких компетентностей. Програма передбачала спільну роботу студентської молоді та школярів над проєктами з вивчення ЄС із подальшою презентацією результатів. Участь у міжнародному проєкті сприяла розширенню міжнародного освітнього досвіду здобувачів освіти, розвитку навичок проєктної діяльності та поглибленню розуміння європейської інтеграції.

РОЗКЛАД 27 КВІТНЯ

ЛЕКТОРИ



ПЬОТР
ЛІЗАКОВСЬКІ



СВІТЛАНА
ЛІЗАКОВСЬКА



ІРИНА
ТИХОНЕНКО

09:00 - 09:45

Тренінг "Різниця між Шенгенською зоною та Європейським Союзом", Світлана Лізаковська

09:55 - 10:50

Інтерактивна лекція "Досвід Вступу Республіки Польща до Європейського Союзу", Пьотр Лізаковські

11:00 - 11:45

Інтерактивна лекція "Російський» чинник у відносинах Україна-ЄС", Ірина Тихоненко

11:55 - 12:40

Інтерактивна лекція "Міграційний та релігійний фактори у політиці ЄС", Ірина Тихоненко

12:40 - 12:50

Сесія про питання-відповідь
Сорока Світлана

3. Креативні, практичні та проєктні ініціативи

- Участь у грі для студентів спеціальності 075 Маркетинг «Play & Win заради змін» (жовтень 2024 р.).



**КРЕАТИВНИЙ EVENT
КАВА З КАФЕДРОЮ
МАРКЕТИНГУ,
ЗАВІДУВАЧЕМ!**



**Відкрита
доброзичлива
атмосфера, у
форматі S2S, S2T!**



- Підготовка до конкурсу соціальної студентської реклами та кейс-змагань.
- Студентський семінар з дистанційних технологій та можливостей покращення освітнього процесу.
- 26 березня 2024 року студентська команда MarketingMediaVita (MMV) у складі десяти здобувачів взяли участь у Таборі підприємництва у Львові в межах проєкту EU4Youth «Відновлення через соціальне підприємництво». Учасники долучилися до практичних занять із соціального

підприємництва, ознайомилися з досвідом реалізації підприємницьких ініціатив, можливостями фінансування бізнес-проектів і підходами до створення стартапів. У межах заходу відбулося спілкування зі співзасновницею компанії «Дім своїми руками» Оленою Вертинською та менеджеркою програм Junior Achievement Ukraine Єлизаветою Міленіною. Студенти також взяли участь в інноваційно-освітній грі RealСтартапер, спрямованій на опанування принципів започаткування та розвитку підприємницьких проектів. Участь у заході сприяла розвитку підприємницьких компетентностей, креативного мислення та навичок командної роботи, а також формуванню практичних умінь щодо розроблення стартапів і соціально орієнтованих бізнес-ініціатив.



**СТУДЕНТИ
MARKETING
MEDIAVITA
#DNIPROTECH
В ІГРОВІЙ
ФОРМІ
ОПАНОВУВА-
ЛИ ПРИНЦИПИ
ЗАПУСКУ
УСПІШНИХ
СТАРТАПІВ**



**ТАБІР ПІДПРИЄМНИЦТВА ДЛЯ
УЧАСНИКІВ ПРОЄКТУ EU4YOUTH**



ПРЕЗЕНТАЦІЯ ВІЗІЇ МАЙБУТНЬОГО СТАРТАПУ



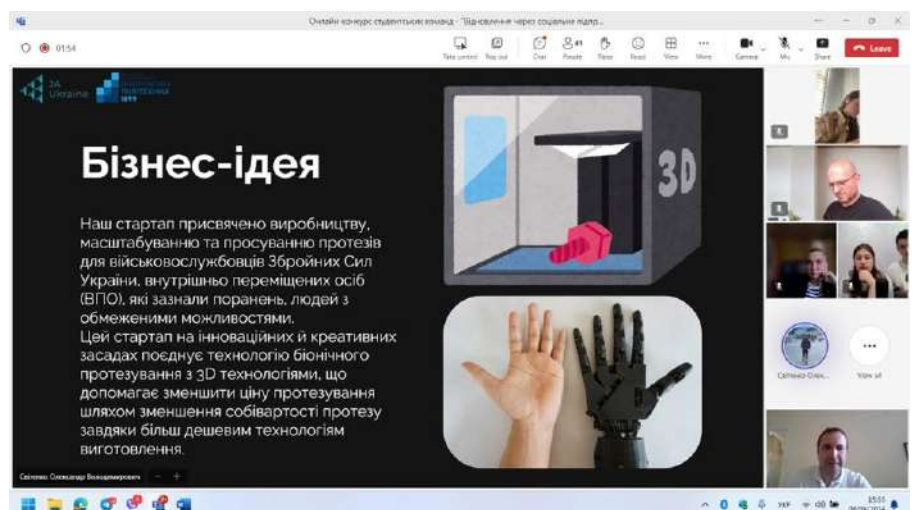
- Огляд новітніх публікацій з проблематики соціальних комунікацій (у т.ч. англійською мовою) у рамках проєкту «Бібліотечка маркетолога» (семінар-представлення, диспут).

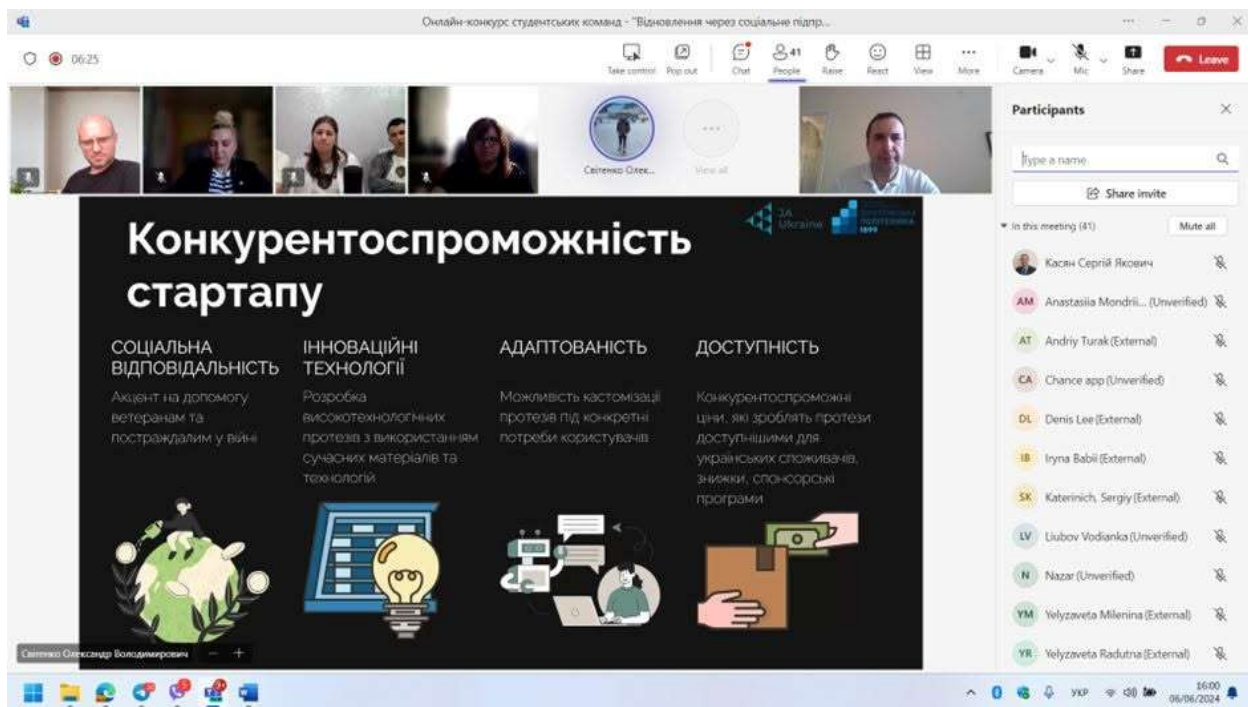


- Травень 2024 р. – робота над брендбуком кафедри маркетингу. Матеріали та проміжні результати відображалися в соцмережах.



• Команда студентів-маркетологів MarketingMediaVita кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка» у складі Олександра Світенка (капітан команди), Ксенії Патинок, Михайла Єгорова, Дар'ї Федун і Світлани Іванцової взяла участь у конкурсі «Відновлення через соціальне підприємництво». Учасники розробили та презентували журі інвесторів стартап-проект зі створення біонічних протезів із використанням 3D-технологій, зосередивши увагу на можливостях його масштабування та просування. Конкурс об'єднав понад 80 студентських команд закладів вищої освіти з різних регіонів України. Участь у заході сприяла розвитку підприємницьких і презентаційних навичок студентів, а також практичному застосуванню маркетингових інструментів для просування інноваційних соціально значущих проєктів.





4. Культурно-освітні та профорієнтаційні заходи

- Святкування Дня рекламіста та Дня маркетолога (жовтень 2023р.).



- Заходи до Дня української писемності та мови (листопад 2023 р.).



- Конференція ідей щодо Вступу 2024 (січень 2024 р.).
- Залучення здобувачів до конкурсу «Студент – основа якості вищої освіти».
- У межах діяльності студентського наукового гуртка «Еврика маркетингу» здобувачі освіти спеціальності «Маркетинг» відвідали шоколадну фабрику Millennium. Під час екскурсії учасники ознайомилися з історією та сучасною діяльністю підприємства, особливостями організації роботи маркетингової служби, формуванням її завдань, просуванням торговельних марок і логістикою дистрибуції продукції на українському та міжнародних ринках. Окрему увагу приділено використанню маркетингових інструментів для розвитку брендів, упровадженню інноваційних підходів і принципів сталого розвитку в діяльність підприємства. Також відзначено професійну діяльність випускників університету, які працюють у компанії. Захід сприяв поглибленню практичних знань здобувачів освіти щодо організації маркетингової діяльності виробничого підприємства та налагодженню взаємодії університету з бізнесом.

ВИКЛАДАЧІ ТА СТУДЕНТИ БАКАЛАВРАТУ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ
«МАРКЕТИНГ» ВІДВІДАЛИ 03.11.2023
ШОКОЛАДНУ ФАБРИКУ «MILLENNIUM»!



6.

Інформаційна

присутність

Активність гуртка та кафедри висвітлювалася на офіційних сторінках у Facebook (facebook.com/marketing.v.dniprotech) та Instagram (@marketing.v.dniprotech). Зокрема, публікувалися підсумки Majesty of Marketing 2024, анонси та результати Фотошколи, кейс-змагань, профорієнтаційних заходів і проєктів Erasmus+.

Загальні висновки

Гурток «Єврика маркетингу» у 2023–2024 навчальному році успішно виконав основні пункти плану. Студенти активно залучалися до наукової, креативної та практичної діяльності, брали участь у міжнародних конференціях і кейс-змаганнях, реалізовували проєкти та співпрацювали зі школами і стейкхолдерами.

Діяльність гуртка сприяла формуванню професійних компетентностей, розширенню кругозору та підготовці здобувачів до ринку праці в умовах сучасних викликів маркетингу.

Керівник наукового студентського гуртка

Керівник наукового
студентського гуртка
«Єврика маркетингу»



Тетяна КУВАЄВА