

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

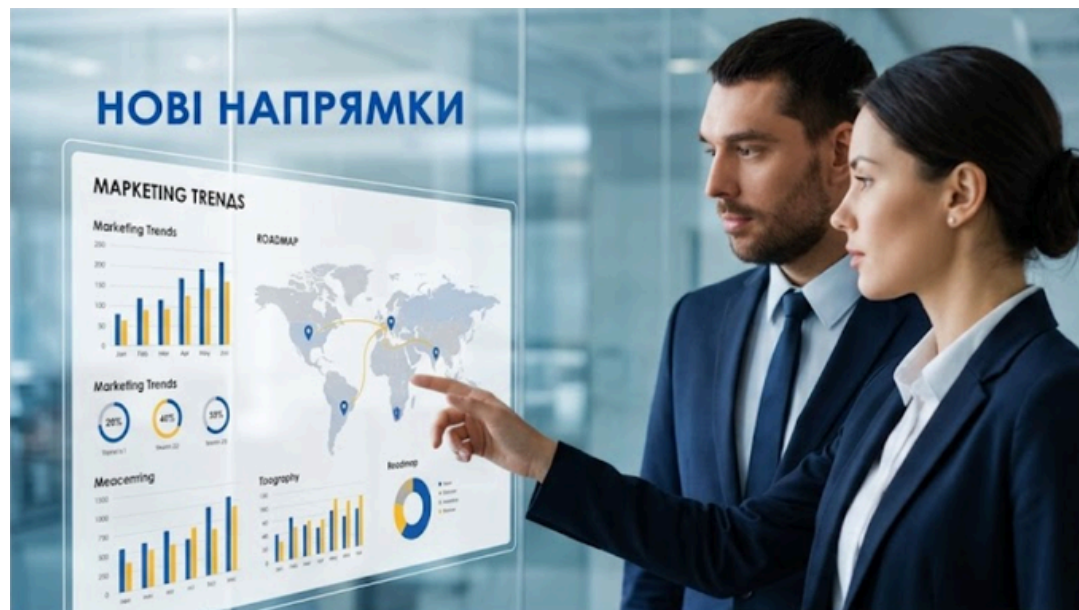
ФАКУЛЬТЕТ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ



Досягнення та план розвитку гуртка “Маркетинг”



АКТУАЛЬНІСТЬ



ЦІЛЬ 1

Дослідження нових напрямків у розвитку маркетингу



ЦІЛЬ 2

Вдосконалення набутих знань



ЦІЛЬ 3

Підвищення конкурентоспроможності випускників на ринку праці

МЕТА ГУРТКА



1

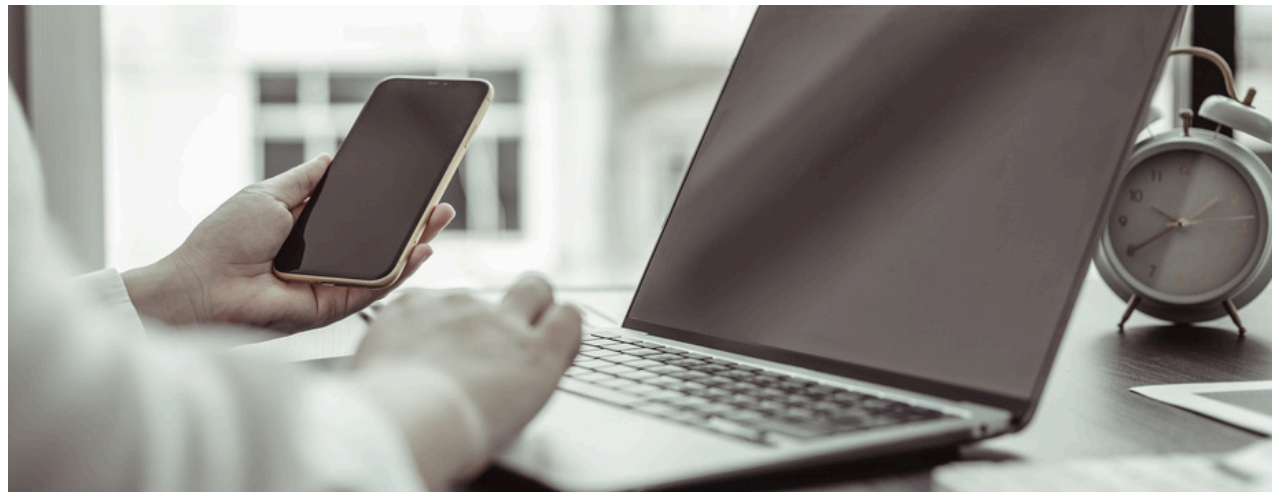
Креативний підхід до вирішення завдань



2

Вдосконалення наукового і творчого мислення

ЗАВДАННЯ ГУРТКА



- 1 Організація науково-дослідної та винахідницької діяльності
- 2 Створення умов для розкриття наукового та творчого потенціалу студентів
- 3 Залучення студентів до участі у наукових конференціях, семінарах та круглих столах
- 4 Розвиток взаємовідносин з організаціями та об'єднаннями в Україні та за її межами
- 5 Сприяння формуванню високих моральних принципів та розширенню світогляду студентської молоді

НАШІ ДОСЯГНЕННЯ

Відвідування
спеціалізованих виставок
та форумів

Виступи на конференціях

Написання тез доповідей
та статей з викладачами
кафедри

Відвідання лекцій
провідних фахівців галузі

Обмін досвідом із
студентами іноземцями

Участь у Всеукраїнській
олімпіаді з маркетингу
серед студентів ВНЗ

Співпраця з колишніми
випускниками кафедри

Розробка дослідницьких
проектів

Участь у студентських
конкурсах

ПРАКТИЧНЕ НАВЧАННЯ



Учасники гуртка здійснили експертний візит на виробництво ТОВ «АртЛайн», де на практиці дослідили стратегічне управління брендом в умовах воєнного стану. Командою було проаналізовано кейс антикризового маркетингу: трансформацію асортименту в бік товарів першої необхідності при збереженні високих стандартів якості. Особливу увагу приділено ціннісному позиціонуванню: вивчено, як етичність та екологічність виробництва стають фундаментом стійкості українського бізнесу. Результатом візиту став аналіз омніканальної моделі збуту, що поєднує офлайн-партнерства з активною експансією на маркетплейси та побудовою прямого діалогу зі споживачем у Digital-середовищі.

УЧАСТЬ ГУРТКА «МАРКЕТИНГ» У V МІЖНАРОДНІЙ НАУКОВІЙ-ПРАКТИЧНІЙ КОНФЕРЕНЦІЯ «МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА В АГРОБІЗНЕСІ»



10-11 квітня представники наукового гуртка «Маркетинг» долучилися до наукової події - V Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в агробізнесі», організованої нашою кафедрою.

Захід став майданчиком для обміну досвідом між провідними вченими України, Німеччини, Польщі, Канади та інших країн. Для гуртківців це була унікальна можливість почути про:

- Цифровізацію та медіапланування в умовах нових медіа;
- Тренди споживчої поведінки на прикладі міжнародних ринків;
- Стратегії агромаркетингу та логістичні рішення в умовах криз.

УЧАСТЬ НАУКОВОГО ГУРТКА У ГОСТЬОВІЙ ЛЕКЦІЇ «ЯК ВЛАШТОВАНО ЦІНОУТВОРЕННЯ В E-COMMERCE»

14 жовтня 2025 року учасники наукового гуртка стали слухачами ексклюзивної гостьової лекції від Ліни Сівури, СМО компанії Pricer24, на тему: «Як влаштовано ціноутворення в e-commerce».

Для молодих науковців це була можливість зазирнути за лаштунки реального онлайн-бізнесу та розібрати:

- Інноваційні моделі ціноутворення: від класики до алгоритмів із використанням ШІ;
- Аналітичний інструментарій: практичне застосування ABC-аналізу та моніторинг конкурентів;
- Комерційні стратегії: логіку промо-акцій та ефективну взаємодію з постачальниками.
- Окрему увагу спікер приділила компетенціям майбутнього, які допоможуть нашим маркетологам залишатися затребуваними фахівцями протягом наступних 5 років.



ЗАЛУЧЕННЯ МАЙБУТНІХ АБІТУРІЄНТІВ

7 листопада 2025 року учасники наукового гуртка стали обличчям спеціальності на загальноуніверситетському «Дні відкритих дверей». Захід продемонстрував не лише освітні можливості кафедри, а й згуртованість студентської спільноти.

Команда гуртківців під керівництвом викладачів кафедри організувала інтерактивну платформу для вступників:

- Маркетинговий нетворкінг: неформальне спілкування з абітурієнтами про навчання, практику та кар'єрні перспективи в агробізнесі.
- Гейміфікація в дії: проведення авторської «Маркетингової вікторини», де гості перевіряли знання брендів та рекламних трендів.
- Event-менеджмент: організація теплої зустрічі на кафедрі маркетингу та міжнародної торгівлі, що дозволило вступникам відчувати корпоративну культуру факультету.



УЧАСТЬ НАУКОВОГО ГУРТКА У «АГРОЕКСПО 2025»

20 листопада 2025 року учасники наукового гуртка «Маркетинг» під керівництвом Гераймович Віолети Леонтіївни здійснили виїзний аналіз маркетингових стратегій на одній із найбільших виставок країни — «АгроЕкспо 2025».

Студенти змінили аудиторії на виставкові павільйони, щоб дослідити реальні кейси лідерів ринку:

- Емоційний маркетинг від МХП: аналіз кулінарних майстер-класів як інструменту побудови лояльності до бренду.
- Брендинг у ніші Pet Food від Kormotech: вивчення стратегій позиціонування брендів «Opti Meal» та «Club 4 Paws».
- Промисловий маркетинг (B2B): на прикладі KMZ Industries розібрали специфіку презентації складного технологічного обладнання інвесторам.
- Соціальна відповідальність: дослідили проєкт «Food Train» як приклад впливу КСВ на репутацію сучасного бізнесу.



ВІДВІДУВАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ КОСМЕТИЧНОЇ КОМПАНІЇ ТОВ «АРТЛАЙН»



Учасники наукового гуртка відвідали виробничі потужності української косметичної компанії ТОВ «Артлайн». Візит став глибоким зануренням у стратегічне управління та кризовий менеджмент в умовах війни.

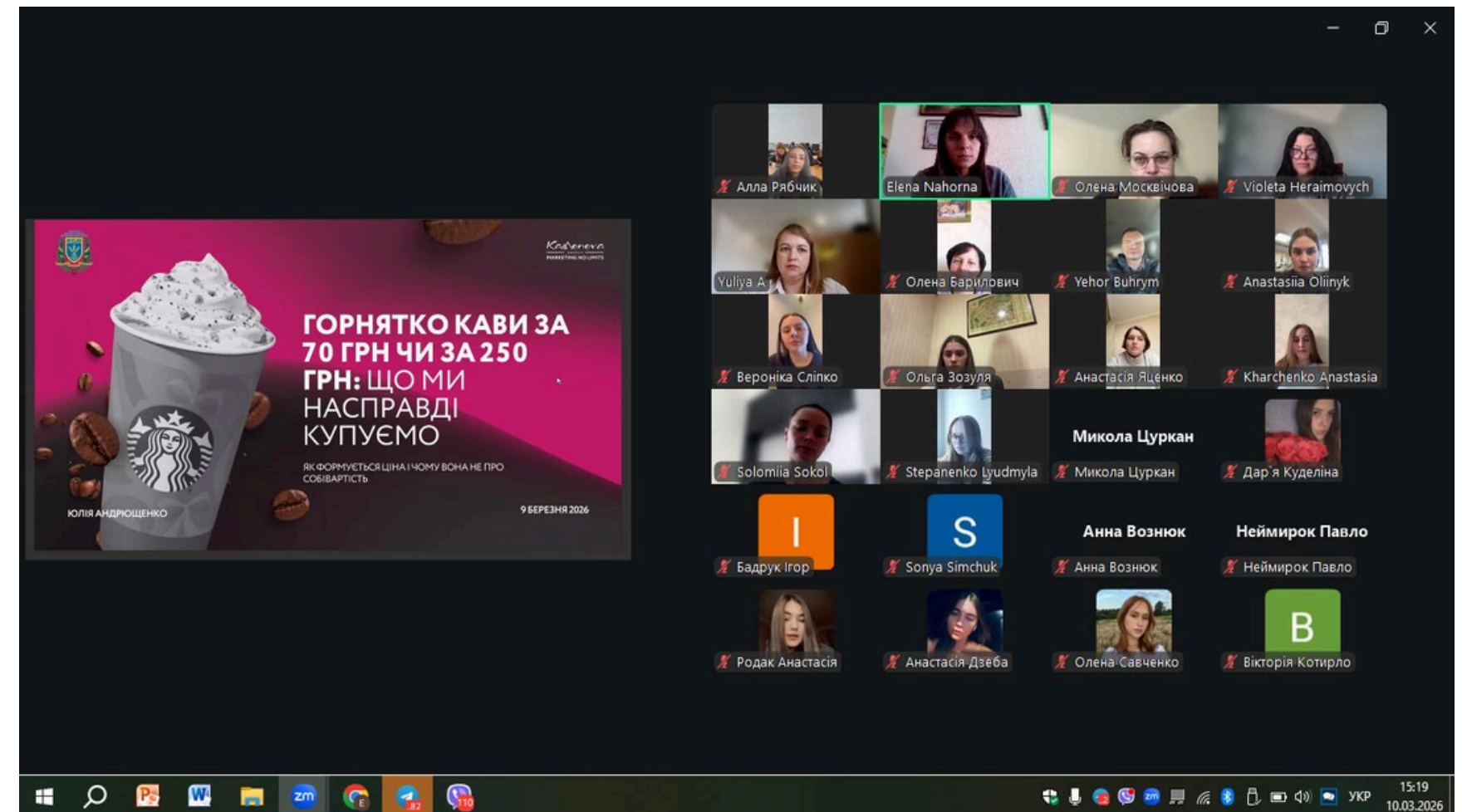
Для майбутніх маркетологів це був інтенсив із «живого» брендингу та адаптації бізнесу:

- Ціннісне позиціонування: розбір стратегії компанії, що базується на якості, безпеці та етичності. Студенти побачили, як свідоме споживання стає фундаментом стійкості бренду.
- Антикризовий маркетинг: вивчення кейсу трансформації асортименту в умовах вторгнення - зміщення фокусу на товари першої необхідності при збереженні високих стандартів.
- Канали збуту та Digital: аналіз поєднання офлайн-партнерств із активною експансією на маркетплейси та побудовою чесного діалогу зі споживачем у соцмережах.
- Економічний патріотизм: обговорення ролі українського виробника у підтримці національної економіки та формуванні лояльної спільноти навколо бренду.

УЧАСТЬ У ГОСТЬОВІЙ ЛЕКЦІЇ ЮЛІЇ АНДРЮЩЕНКО, МАРКЕТИНГОВОЇ АГЕНЦІЇ «KAMENEVA AGENCY»

10 березня 2026 року члени наукового гуртка «Маркетинг» долучилися до обговорення прикладних аспектів ціноутворення під час гостьової лекції Юлії Андрющенко, фундаторки маркетингової агенції «Kameneva Agency». Тема зустрічі — «Горнятко кави за 70 чи за 250? Що ми насправді купуємо» — дозволила гуртківцям поглибити знання, отримані під час засідань гуртка та вивчення дисципліни «Маркетингова цінова політика». Особливу цінність для наукової діяльності студентів склали розібрані лектором практичні інструменти:

- Unit-економіка та розрахунок точки беззбитковості як фундамент стабільності бізнесу;
- Benchmark-аналіз у системі аналітичного забезпечення маркетингової діяльності;
- Специфіка ціноутворення в агросекторі, зокрема ризику стратегії зниження ціни для преміальних брендів (на прикладі виробників насіння).



ПЕРЕМОГА ГУРТКА НА ВСЕУКРАЇНСЬКІЙ ОЛІМПІАДІ

18 березня 2026 року на базі кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі відбувся I етап Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни «Маркетинг». Захід зібрав понад 40 найсильніших студентів 2-4 курсів, які змагалися у розв'язанні складних практичних кейсів. Учасники наукового гуртка не просто долучилися до змагань, а й продемонстрували найвищий рівень підготовки:

- Аналітичне мислення: розв'язання задач із моделювання ринкового середовища та прогнозування поведінки споживачів.
- Практична орієнтація: розробка маркетингових рішень в умовах, максимально наближених до реального бізнесу.
- Лідерство у рейтингу: за результатами перевірки робіт оргкомітетом, очолюваним проф. Левицькою І.В., переможцями стали саме активісти нашого гуртка.



УЧАСТЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ D5 «МАРКЕТИНГ» У ТРЕНІНГУ У ФОРМАТІ БІЗНЕС-СИМУЛЯЦІЇ «ВИРОСТИ СВІЙ БІЗНЕС»



2–4 квітня 2026 р.

Окремим вагомим здобутком наукового гуртка «Маркетинг» у звітному періоді стала участь команди здобувачів спеціальності «Маркетинг» у триденному інтенсивному тренінгу-симуляції, організованому German Sparkassenstiftung for International Cooperation на базі НУБіП України.

Під науковим керівництвом к.е.н., доцента кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі Віолети Гераймович, члени гуртка продемонстрували високий рівень аналітичної підготовки та стратегічного мислення. В умовах жорсткої конкуренції команда гуртківців посіла почесне **II місце**.

Під час симуляції студенти відпрацювали навички:

- Управління фінансовими потоками та інвестиційними ризиками;
- Прийняття маркетингових рішень у динамічному ринковому середовищі;
- Benchmark-аналізу конкурентів у режимі реального часу.

УЧАСТЬ У 75-ТІЙ ВСЕУКРАЇНСЬКІЙ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІЙ СТУДЕНТСЬКІЙ КОНФЕРЕНЦІЇ «МАРКЕТИНГ ОЧИМА МОЛОДІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ»



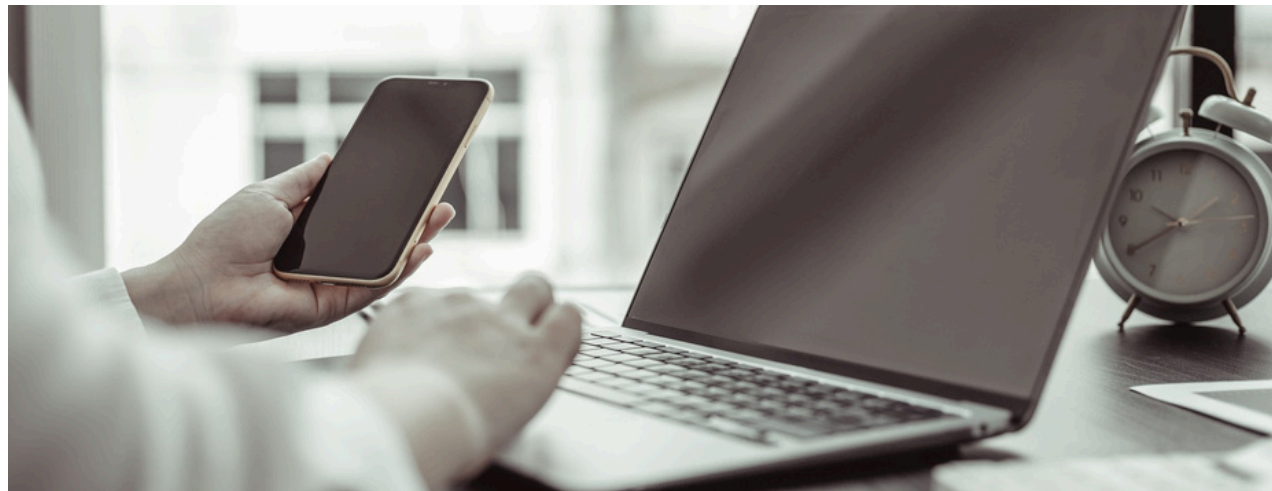
7-8 квітня 2026 року члени наукового гуртка «Маркетинг» взяли активну участь у роботі 75-ї Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Маркетинг очима молоді: проблеми та перспективи»

Ключовими аспектами виступів стали:

- Трансформація маркетингового інструментарію в умовах цифровізації;
- Сучасні виклики та глобалізаційні процеси в аграрному менеджменті;
- Розвиток професійних компетентностей майбутніх маркетологів.

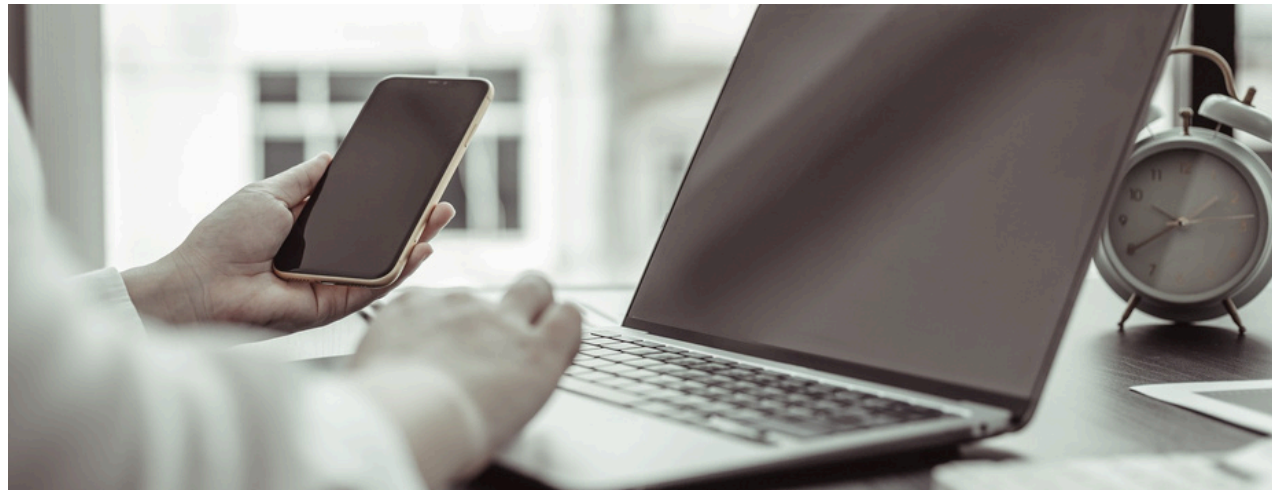
Участь у конференції дозволила гуртківцям апробувати результати своїх досліджень, долучитися до фахових дискусій із представниками Ірпінського та Боярського фахових коледжів, що сприяло розвитку дослідницьких навичок та зміцненню наукових зв'язків.

ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ЗАХОДІВ



- 1 Унікальний досвід
- 2 Поглиблення теоретичних знань і розвиток практичних навичок
- 3 Ознайомлення з найсучаснішими досягненнями у сфері маркетингу та підприємництва

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ



1

Популяризація кафедри, факультету та університету

2

Створення платформи для об'єднання студентської молоді

3

Залучення до практичного використання навичок шляхом співпраці з відокремленими підрозділами університету, підприємствами, іноземними партнерами

4

Налагодження співпраці з профільними кафедрами закордонних аграрних університетів

5

Удосконалення маркетингових знань та налагодження комунікацій у процесі навчання

ПРОЕКТИ ГУРТКА



Члени наукового гуртка «Маркетинг» виступили ключовими консультантами у розробці маркетингової стратегії для мережі вендингових апаратів «Свіжа Вода». Командою було проведено комплексний аналіз цільової аудиторії, на основі якого розроблено детальний контент-план для соціальних мереж та візуальну айдентику бренду, що підкреслює екологічність продукту. Особливу увагу приділено UX-проектванню: сформовано оптимальний юзер-флоу для мобільного додатка, що дозволило спростити шлях користувача до покупки до 3-х кліків та інтегрувати реферальну програму лояльності.