ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
маркетингу, управління репутацією
та клієнтським досвідом
назва кафедри
(протокол № 1 від 29.08.2025)

Зав. кафедрою _____
підпис
Савицька Н.Л.
прізвище, ініціали

ПЛАН РОБОТИ СТУДЕНТСЬКОГО НАУКОВОГО ГУРТКА
НА _2025-2026_ НАВЧАЛЬНИЙ РІК

Назва гуртка: Маркетинг без кордонів
Науковий керівник: Жегус О.В., д-р екон. наук, професор, професор
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання, посада

Мета гуртка – розвиток наукового, аналітичного, критичного та креативного мислення здобувачів вищої освіти, формування дослідницьких компетентностей у сфері маркетингового управління, здатності виявляти й створювати нові можливості, обґрунтовувати інноваційні рішення для творення цінності для споживачів, бізнесу та суспільства.

Завдання гуртка:

- поглиблювати теоретичні знання із сучасних концепцій маркетингового управління, принципів та інструментів маркетингу можливостей;
- розвивати маркетингове мислення, здатність виходити за межі усталених підходів, критично оцінювати інформацію, формулювати дослідницькі питання та генерувати оригінальні ідеї;
- формувати навички наукових досліджень: визначення проблеми, висування гіпотез, вибору методів, збирання й аналізу даних, інтерпретації та представлення результатів із дотриманням академічної доброчесності;
- досліджувати зміни маркетингового середовища, потреб і вимог споживачів, виявляти незадоволені та нові запити, оцінювати ринкову перспективність продуктів;
- розробляти й апробувати інструменти маркетингу можливостей для діагностування проблем, пошуку напрямів розвитку та обґрунтування управлінських рішень;
- генерувати та перевіряти інноваційні маркетингові ідеї, спрямовані на створення й удосконалення продуктів, послуг, бізнес-моделей і клієнтського досвіду;
- виявляти можливості та розробляти рекомендації забезпечення стійкості, відновлення та розвитку підприємств в умовах невизначеності на засадах людиноцентричності й відповідального маркетингового управління;
- розвивати наукову комунікацію та командну взаємодію через дискусії, семінари, круглі столи, дослідницькі воркшопи й маркетингові хакатони;
- забезпечувати підготовку та поширення результатів досліджень здобувачів у формі наукових статей, тез доповідей, конкурсних робіт, рекомендацій і презентацій; сприяти участі студентів у наукових конференціях та конкурсах.

Склад гуртка:

№	*Прізвище, ім'я студента*	*Курс*	*Група*
	Низюк Дмитро Юрійович	1	D5-25б-01
	Носенко Іван Олександрович	1	D5-25б-01
	Помогайбо Андрій Дмитрович	1	D5-25б-01
	Зав`ялова Анастасія Сергіївна	2	075-24б-01
	Абрамович Вікторія Володимирівна	3	075-23б-01
	Калітіна Вероніка Олексіївна	3	075-23б-01
	Михайлова-Сопа Софія Євгенівна	3	075-23б-01
	Христенко Софія	4	075-22б-01
	Туладзе Давід Паатович	4	075-22б-01

Календарний план роботи:

№	*Назва і вид роботи*	*Виконавці*	*Термін виконання*
1	*Наукова дискусія «Еволюція маркетингу: від дослідницького питання до теми дослідження».* Обговорення змін у маркетингу, поведінці споживачів і діяльності підприємств. Виявлення проблем, які потребують наукового дослідження. Вибір індивідуальних тем, обґрунтування актуальності, визначення мети, завдань і методів дослідження.	Проф. Жегус О.В.	10.09.2025
2	*Науково-практичний семінар «Доказовий маркетинг. Аналітичні висновки та критичне мислення в маркетингу Від результатів дослідження до наукової публікації».* Презентація результатів досліджень та опрацювання методики підготовки тез доповідей: структура, логіка викладу, оформлення посилань, академічна доброчесність і вимоги обраних конференцій.	Проф. Жегус О.В.	5.11.2025
3	*Круглий стіл «Доброчесність використання штучного інтелекту в маркетингу».* Обговорення застосування ШІ в маркетингових дослідженнях, аналітиці, створенні контенту та взаємодії зі споживачами. Аналіз ризиків недостовірності, упередженості, порушення конфіденційності та втрати довіри. Визначення ролі людини й правил відповідального використання ШІ.	Проф. Жегус О.В.	22.12.2025
4	*Воркшоп «Ідеї та інновації - резильєнтний маркетинг для стійкості та розвитку».* Командна робота з реальними бізнес-кейсами на основі концепції маркетингу можливостей. Аналіз змін потреб споживачів, виявлення незадоволених запитів і пошук можливостей створення нової цінності. Формування та обґрунтування маркетингових рішень, визначення способів їх перевірки.	Проф. Жегус О.В.	4.03.2026
5	*Брейнштормінг на тему «Сталий маркетинг: виклики та можливості».* Генерація інноваційних ідей з урахуванням змін харчової поведінки, запитів на зручність, доступність, безпечність і сталість. Розроблення концепцій продуктів та брендів. Відбір ідей за критеріями споживчої цінності, новизни, здійсненності та ринкової перспективності.	Проф. Жегус О.В.	29.04.2026

Науковий керівник _____ ____Жегус О.В.__
підпис *прізвище та ініціали*

ПОГОДЖЕНО
Зав. кафедрою маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом
назва кафедри

_____ _____Савицька Н.Л._____
підпис прізвище, ініціали

«29» серпня 2025 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
маркетингу, управління репутацією
та клієнтським досвідом
назва кафедри
(протокол № 1 від 29.08.2025)

Зав. кафедрою _____
підпис
_____Савицька Н.Л._____

ТЕМАТИКА НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
СТУДЕНТСЬКОГО НАУКОВОГО ГУРТКА
ЗА 2025/2026 НАВЧАЛЬНИЙ РІК

Назва гуртка: Маркетинг без кордонів
Науковий керівник: Жегус О.В., д-р екон. наук, професор, професор
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання, посада

№	*Прізвище, ім'я студента*	*Тема наукового дослідження*
	Низюк Дмитро Юрійович	Дослідження чинників вибору продовольчих товарів
	Носенко Іван Олександрович	Дослідження споживчих переваг на ринку продовольчих товарів
	Помогайбо Андрій Дмитрович	Дослідження задоволеності споживачів обраним товаром (послугою на вибір)
	Зав`ялова Анастасія Сергіївна	Аналіз відгуків і коментарів споживачів як інструмент пошуку ідей для вдосконалення продуктів.
	Абрамович Вікторія Володимирівна	Використання генеративного штучного інтелекту для створення маркетингового контенту: ефективність та етичні ризики.
	Калітіна Вероніка Олексіївна	Соціально відповідальні комунікації брендів та їх вплив на поведінку споживачів.
	Михайлова-Сопа Софія Євгенівна	Екологічне паковання харчових продуктів: споживча цінність і конкурентна перевага
	Христенко Софія	Формування ціннісної пропозиції локальних продовольчих брендів.
	Туладзе Давід Паатович	Маркетингові інструменти стимулювання відповідального споживання та скорочення харчових відходів.

Науковий керівник _____ ____Жегус О.В.__
підпис *прізвище та ініціали*

ПОГОДЖЕНО
Зав. кафедрою маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

_____ _____Савицька Н.Л._____
підпис *прізвище, ініціали*
«29» серпня 2025 р.

на засіданні кафедри
маркетингу, управління репутацією
та клієнтським досвідом
назва кафедри
(протокол № 15 від 19.06.2026)

Зав. кафедрою _____
підпис
Н.Л. Савицька

ЗВІТ ПРО РОБОТУ СТУДЕНТСЬКОГО НАУКОВОГО ГУРТКА
НА 2025/2026НАВЧАЛЬНИЙ РІК

Назва гуртка: Маркетинг без кордонів
Науковий керівник: Жегус О.В., д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом
прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання, посада

№	*Назва і вид роботи*	*Виконавці*	*Результати виконання*
1	Наукова дискусія «Еволюція маркетингу: від дослідницького питання до теми дослідження».	Жегус О.В., всі учасники гуртка	Обговорили зміни та тренди в маркетингу, поведінці споживачів і діяльності підприємств. Увагу приділено впливу цифрових технологій, зміні споживчих потреб, зростанню ролі клієнтського досвіду та пошуку нових способів створення цінності. Учасники визначали проблеми, які потребують наукового дослідження, обговорювали особисті наукові інтереси та можливі напрями індивідуальної роботи.
2	*Науково-практичний семінар «Доказовий маркетинг. Аналітичні висновки та критичне мислення в маркетингу Від результатів дослідження до наукової публікації».*	Жегус О.В., Низюк Д.Ю., Носенко І.О. Помогайбо А. Д.	Презентували результати проведених досліджень щодо поведінки споживачів. Опрацьовано методику підготовки тез доповідей: визначення проблеми, обґрунтування актуальності, представлення результатів і формулювання висновків. Окремо розглянуто оформлення посилань, принципи академічної доброчесності та необхідність дотримання вимог обраних конференцій.
3	*Круглий стіл «Доброчесність використання штучного інтелекту в маркетингу».*	Жегус О.В., Абрамович В. В., Зав`ялова А С.	Обговорили можливості застосування штучного інтелекту в маркетингових дослідженнях, аналізі даних, створенні контенту та взаємодії зі споживачами. Розглянули ризики отримання недостовірної або упередженої інформації на прикладі аналізу відгуків, порушення конфіденційності, використання неперевірених джерел і втрати довіри. Учасники також обговорили роль людини у

			постановці завдань, перевірці результатів і прийнятті рішень із використанням ШІ.
4	*Воркшоп «Ідеї та інновації - резильєнтний маркетинг для стійкості та розвитку»*	Жегус О.В., Калітіна В.О., Михайлова-Сопа С. Є.	Заслухали доповіді по темі. Розібрали бізнес-кейси на основі принципів концепції маркетингу можливостей. Проаналізували зміни потреб споживачів, виявляли незадоволені запити та визначали можливості створення нової споживчої цінності. У процесі обговорення команди формували маркетингові ідеї, аргументували їхню доцільність для споживачів і підприємств, а також визначали способи перевірки запропонованих рішень.
5	*Брейнштормінг на тему «Сталий маркетинг: виклики та можливості».*	Жегус О.В.,Христенко С. Туладзе Д.П.	Заслухали доповіді по темі. Провели брейнштормінг, учасники згенерували ідеї з урахуванням змін харчової поведінки споживачів і зростання уваги до зручності, доступності, безпечності та сталості продуктів. Учасники розробляли ідеї концепції продуктів і брендів, обговорювали їхні потенційні вигоди для споживачів та можливості реалізації.

Науковий керівник _____ Жегус О.В.
підпис *прізвище та ініціали*

ПОГОДЖЕНО
Зав. кафедрою маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом
назва кафедри

_____ Савицька Н.Л.
підпис *прізвище, ініціали*
«19» червня 2026 р.