ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
маркетингу, управління репутацією
та клієнтським досвідом
назва кафедри
(протокол № 1 від 31.08.2026)

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

ПЛАН РОБОТИ СТУДЕНТСЬКОГО НАУКОВОГО ГУРТКА
НА _2026-2027_ 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	2	D5-25б-01
	Носенко Іван Олександрович	2	D5-25б-01
	Помогайбо Андрій Дмитрович	2	D5-25б-01
	Зав`ялова Анастасія Сергіївна	3	075-24б-01
	Абрамович Вікторія Володимирівна	4	075-23б-01
	Калітіна Вероніка Олексіївна	4	075-23б-01
	Михайлова-Сопа Софія Євгенівна	4	075-23б-01
	Ткаченко Світлана Юріївна	1	D5-26м-01
	Севагіна Софія Іванівна	1	D5-26м-01

Календарний план роботи:

№	*Назва і вид роботи*	*Виконавці*	*Термін виконання*
1	*Наукова дискусія «Актуальні проблеми маркетингу. Маркетинг 5.0: 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.	09.09.2026
2	*Науково-практичний семінар «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.	02.11.2026
3	*Круглий стіл «Штучний інтелект у маркетингу: загрози та можливості».* 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.	28.12.2026
4	*Воркшоп «Від ринкових змін до можливостей розвитку бізнесу».* 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.	01.03.2027
5	*Брейнштормінг на тему «Майбутнє продовольчих систем: інновації для продуктів і брендів».* 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.	28.04.2027

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
«31» серпня 2026 р.

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
маркетингу, управління репутацією
та клієнтським досвідом
назва кафедри
(протокол № 1 від 31.08.2026)

Зав. кафедрою _____
підпис
Савицька Н.Л.

ТЕМАТИКА НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
СТУДЕНТСЬКОГО НАУКОВОГО ГУРТКА
ЗА 2026/2027 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*
1	Низюк Дмитро Юрійович	Маркетинг 5.0: поєднання цифрових технологій і людиноцентричного підходу в діяльності підприємств.
2	Носенко Іван Олександрович	Зміни поведінки споживачів у цифровому середовищі та їх вплив на маркетингові рішення підприємств.
3	Помогайбо Андрій Дмитрович	Клієнтський досвід як чинник конкурентоспроможності підприємства в умовах Маркетингу 5.0.
4	Зав`ялова Анастасія Сергіївна	Можливості та обмеження використання штучного інтелекту в маркетингових дослідженнях.
5	Абрамович Вікторія Володимирівна	Використання штучного інтелекту для створення маркетингового контенту: вплив на довіру споживачів.
6	Калітіна Вероніка Олексіївна	Ризики недостовірності та упередженості результатів штучного інтелекту в маркетинговій аналітиці.
7	Михайлова-Сопа Софія Євгенівна	Зміни потреб споживачів як джерело можливостей розвитку бізнесу. Виявлення незадоволених запитів споживачів у процесі розроблення нової ціннісної пропозиції.
8	Ткаченко Світлана Юріївна	Споживча цінність і ринкова перспективність інноваційних продовольчих продуктів.
9	Севагіна Софія Іванівна	Сталість і безпечність як складові ціннісної пропозиції продовольчого бренду.

Науковий керівник _____ Жегус О.В.

підпис *прізвище та ініціали*

ПОГОДЖЕНО
Зав. кафедрою маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом

_____ Савицька Н.Л.
підпис *прізвище, ініціали*
«31» серпня 2026 р.

на засіданні кафедри
__маркетингу, управління репутацією
та клієнтським досвідом
назва кафедри
(протокол №___ від _____)

Зав. кафедрою _____
підпис
_____Н.Л. Савицька_____

ЗВІТ ПРО РОБОТУ СТУДЕНТСЬКОГО НАУКОВОГО ГУРТКА
НА 2026/2027 НАВЧАЛЬНИЙ 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*

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*
«____» _____р.