ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
маркетингу та бізнес-
адміністрування
(протокол № 1
від 31.08.2026р)

Зав.кафедрою _____
підпис
Олена САДЧЕНКО

ПЛАН РОБОТИ СТУДЕНТСЬКОГО НАУКОВОГО ГУРТКА
«Академія маркетингу»
НА 2026-2027 НАВЧАЛЬНИЙ РІК

Назва групи (гуртка): Академія маркетингу
Науковий керівник: старший викладачКіріліна М.А.
Мета й завдання: **:** виявлення та залучення молоді до наукової діяльності, поглиблене вивчення здобувачами маркетингу , набуття навичок науково-дослідної роботи та застосування отриманих знань на практиці, обговорення актуальних проблем маркетингу, розширення загального і професійного світогляду, створення умов для науково-дослідної діяльності здібних і талановитих здобувачів
Склад гуртка:

№	ПІБ	Курс	Група
1.	Дзінька Єва Анатоліївна	2	
2.	Погрібна Світлана Віталіївна	2	
3.	Ганич Марина Андріївна	2	
4.	Савастру Єлизавета Олександрівна	2	
5.	Сирбу Анастасія Григоріївна	2	
6.	Туткєвич Марина Віталіївна	2	
7.	Ферар Олександра Іванівна	2	
8.	Азатян Ліліана (зум)	3	
9.	Деренько Дар'я Олексіївна	3	
10.	Онуфрійчук Софія Констянтинівна	3	
11.	Пухкий Богдан Дмитрович	3	
12.	Силла Олександра Сергіївн	3	
13.	Харабара Софія Ігорівна	3	
14.	Ячевська Катерина Едуардівна	3	
15.	Балакіна Поліна Анатоліївна	3	
16.	Білий Володимир Анатолійович	1	
17.	Блажко Андрій Ігорович	1	
18.	Борухов Володимир Сергійович	1	
19.	Мельник Михайло Олександрович Меньшова Марія Денисівна	1	
20.	Михайленко Валерій Михайлович	1	
21.	Окунєва Юлія Євгеніївна	1	

	Пеха Нікіта Віталійович		
22.	Піроженко Елеонора Сергіївна	1	
23.	Процай Аліса Сергіївна	1	
24.	Соколова Варвара Ігорівна	1	
25.	Хрістов Максим Володимирович	1	
26.	Шниркова Вероніка Олександрівна	1	
27.	Ямковий Платон Юрійович	1	
28.		1	
29.		1	

Календарний план роботи:

№	Назва і вид роботи	Виконавці	Термін виконання
1	Установче засідання. Розподіл напрямів наукових досліджень учасників гуртка. Зустріч з гарантом спеціальності 075 «Маркетинг».	НПП кафедри , учасники гуртка	Останній тиждень вересня 2026р
2	AI-driven Marketing: автоматизація, персоналізація та генеративний контент. Інтеграція штучного інтелекту в маркетинг-мікс. Використання LLM для створення стратегій, прогнозування попиту та створення гіперперсоналізованого досвіду покупців.	НПП кафедри, учасники гуртка	Останній тиждень жовтня 2026р.
3	Екологічний маркетинг і грінвошинг: межа між справжньою стійкістю та маніпуляціями. Аналіз концепцій сталого розвитку , теорії циклу життя продукту та екологічної свідомості покоління Z і Альфа. Аудит рекламних кампаній українських та міжнародних брендів на предмет наявності ознак грінвошингу; створення власного прототипу чесної еко-кампанії для локального бізнесу.	НПП кафедри , учасники гуртка	Останній тиждень листопада 2026р.
4	Етика в епоху Big Data: де межа між турботою про клієнта та вторгненням у приватне життя Регулювання збору даних (GDPR тощо), проблеми прайвесі та етичні виклики таргетингу. Як будувати довіру, коли кожен клієнт перебуває під цифровим мікроскопом.	НПП кафедри , учасники гуртка	Останній тиждень грудня 2026р.
7	Контент-маркетинг і TikTok-економіка: як завоювати увагу за 3 секунди Кліпове мислення та коротке відео як основний інструмент лідогенерації. Формування вірусного контенту, який продає без прямих продажів .	НПП кафедри , учасники гуртка	Останній тиждень березня 2027
8	Участь у студентській науковій конференції	НПП кафедри , учасники гуртка	Останній тиждень квітня 2027
9	Глобальний контекст та локалізація: маркетинг українських брендів на міжнародних ринках Вихід малого та середнього бізнесу на глобальну арену, культурні бар'єри, адаптація	НПП кафедри , учасники гуртка	Останній тиждень травня 2027

	ціннісної пропозиції (Value Proposition) під закордонного споживача та крос-культурний маркетинг.		
10	Підсумкове засідання. Формування пропозицій щодо вдосконалення наукової діяльності студентів	Керівник наукового гуртка, учасники гуртка	Останній тиждень червня 2027

Керівник наукового гуртка: ***Марина КІРІЛІНА***

УЗГОДЖЕНО
Декан факультету

Людмила ТОКАРЧУК
підпис прізвище, ініціали

«____» _____ ***р.***