

ЗВІТ
про діяльність студентського наукового гуртка «ISKRA»
кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту
за 2024 рік

1. Загальна інформація про науковий гурток

Студентський науковий гурток «ISKRA», створений з метою залучення талановитої молоді до наукової діяльності, створення умов для участі студентів у виконанні наукової роботи, вдосконалення навиків у самостійній науково-дослідній діяльності.

Основними завдання студентського наукового гуртка є:

- створення умов і запитів формування у здобувачів вищої освіти інтересу до наукової творчості, засвоєння методики, навиків і способів самостійного вирішення наукових завдань;
- формування навичок роботи в наукових колективах;
- допомога здобувачам вищої освіти в оволодінні методикою та навичками проведення елементів самостійних наукових досліджень і розробки аспектів наукових проблем;
- обмін досвідом організації й проведення пошукової, аналітичної та наукової роботи серед членів гуртка та залучення нових членів;
- сприяння поглибленому вивчанню в більш широкій перспективі розділів та тем навчального матеріалу відповідно до індивідуальних інтересів студентів;
- виявлення найбільш обдарованих і талановитих здобувачів вищої освіти,
- підготовка із числа найбільш схильних до наукової творчості активних та успішних здобувачів вищої освіти потенційних кандидатів до резерву наукових і науково-педагогічних кадрів;
- використання творчого й інтелектуального потенціалу активних та креативних студентів для вирішення актуальних завдань підвищення ефективності освітнього процесу;
- залучення студентів до ініціативної тематики наукових досліджень кафедри під керівництвом викладачів кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту.

2. Основні досягнення гуртка у 2024 році

2.1. Наукові заходи.

Учасники гуртка протягом року прийняли участь у всеукраїнських/міжнародних конференціях та наукових семінарах:

- 16 травня 2024 року щорічна університетська підсумкова наукова студентська конференція «Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної нестабільності та військових викликів». Студенти мали можливість обговорити

актуальні теми, пов'язані з маркетингом та управлінням під час війни та запропонувати нові ідеї розвитку для підприємств у зазначених сферах. Основні дослідження студентів висвітлені у збірнику матеріалів щорічної студентської наукової конференції;

- IV Всеукраїнська науково-практична конференція здобувачів вищої освіти та молодих науковців (28 листопада 2024 р. м. Рівне) «Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів», де студенти спеціальності маркетинг та менеджмент першого та другого освітніх рівнів мали змогу представити свої наукові здобутки;

- XI Міжнародна-науково-практична конференція здобувачів та молодих вчених (29 листопада 2024 року, м. Луцьк)

- XX Міжнародна науково-практична конференція студентів та молодих вчених «MAJESTY OF MARKETING» (19 грудня 2024 року).

2.2. Проведені внутрішні заходи.

2.2.1. Гостьові лекції, тренінги провідних фахівців в галузі маркетингу та менеджменту:

- 7 травня 2024 року студенти прослухали гостьову лекцію проф. Мирослава Шкоди (Словаччина) на тему «Справедлива вартість як основний метод оцінки у фінансовій звітності». В рамках лекції студенти отримали поради щодо прийняття раціональних фінансових рішень, які допоможуть їм в подальшому розвивати та стабілізувати бізнес.

- 21 жовтня 2024 року організована гостьова лекція на тему «Відповідальне використання ШІ у медіа, маркетингу та рекламі: правові орієнтири», спікером якої була Олена Андрієнко – членкиня Наглядової ради Всеукраїнської рекламної Коаліції, заступник директора з правових питань Public Groupe Ukraine, де студенти спеціальності маркетинг та менеджмент мали змогу отримати корисні поради щодо правових аспектів провадження рекламної діяльності, використання ШІ як допоміжного інструменту створення креативності у рекламуванні та дотримання вимог академічної доброчесності;

- До міжнародного дня Маркетолога, 14 листопада 2024 року організовано та проведено гостьову лекцію на тему: «Відповідальний маркетинг без жартів та ілюзій». Спікери Тетяна Гвоздецька та Юлія Огородник розповіли студентам про особливості рекламування харчової продукції для дітей та підлітків, дискримінацію при рекламуванні товарів, відповідальність інфлюенсерів, а також піднялись питання законодавчого регулювання рекламної діяльності в Україні та ЄС.

- 6 грудня 2024 року студенти 2-4 курсів спеціальності «Маркетинг» взяли участь у навчальному онлайн-тренінгу «Реклама без стереотипів: навчання свідомого підходу». Під час тренінгу студенти мали можливість

розглянути такі важливі теми: «Як розпізнати сектизм у рекламі і чому це важливо, «Вплив ШІ на проблему дискримінації». Також повчальними були кейси, в ході яких студенти мали можливість розпізнавати дискримінаційні ознаки статі реклами.

2.2.2. Участь у онлайн-зустрічах з випускниками кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту спеціальностей «маркетинг» і «менеджмент»:

- 24 квітня 2024 року організовано зустріч, в межах якої студенти менеджменту та маркетингу зустрілися з випускниками, щоб дізнатись про успішні історії працевлаштування та отримати корисні поради для своєї кар'єри. Були представлені успішні кейси випускників кафедри, які на сьогодні працюють у відомих компаніях Coral Travel, Gazda, Moko Digital Agency, ТОВ «БАУШПАР» та інші.

2.2.3. Проведення навчальних управлінських ігор та екскурсій на підприємства в межах міста:

- 20 березня 2024 року навчальної екскурсії до маркетингової компанії «PRO marketing» в рамках дисципліни «Сучасні бізнес-комунікації» де студенти змогли ознайомитись з основними аспектами створення та ведення бізнесу в нестабільних умовах, формування комунікативних навичок ведення ділових переговорів та перевагами діджитал-технологій у налагодженні зв'язків;

- 22 березня 2024 року студенти спеціальностей «маркетинг» і «менеджмент» у рамках вивчення компонент освітніх програм мали можливість долучитись до екскурсійного навчального заходу до Державної податкової інспекції, де отримали важливу інформацію щодо питань пов'язаних з управлінням підприємницькою діяльністю, зокрема правилами та вимогами щодо оподаткування прибутків та подання фінансової звітності;

- 23 квітня 2024 року під керівництвом доц. Зеліч В.В. на базі університету, організовано та проведено управлінську гру «Закарпатський Пан», де студенти мали змогу використовуючи набуті теоретичні знання з маркетингу та менеджменту імітаційно використати їх при управлінні та керуванні підприємствами, розвиваючи їх та збільшуючи капітал.

2.2.4. Участь у проведенні профорієнтаційних заходів:

- 8 жовтня 2024 року студенти 3-їх курсів спеціальностей менеджмент та маркетинг були залучені до профорієнтаційного заходу на базі ДВНЗ «УжНУ» «Світове кафе професій» для учнів шкіл, в ході якого ознайомлювали запрошених з особливостями навчання в університеті, перспективами навчання за спеціальностями маркетинг та менеджмент, студентського життя, а також можливостями розвивати наукові інтереси разом з учасниками студентського наукового гуртка «ISKRA».

3. Основні напрямки досліджень

Протягом 2024 року учасники гуртка працювали над такими темами:

Економіко-управлінські аспекти трансформації бізнесу та інноваційного розвитку в період російсько-української війни та післявоєнного відновлення.

Адаптація маркетингових стратегій до змінного геополітичного середовища.

Кризовий маркетинг: ефективні інструменти управління в умовах війни.

Інноваційні підходи до брендування та комунікацій в умовах геополітичних напружень.

Лідерство: воєнно-бізнесовий контекст.

4. Участь у конкурсах і нагороди

Принято участь у всеукраїнському конкурсі наукових робіт студентів, (організатор – Хмельницький кооперативний торговельно-економічний університет). Переможцями II ступеня стали:

- Криса Василь «Управління якістю послуг в готельному бізнесі» – у номінації «Роботи на маркетингову тематику за непрофільними спеціальностями» другий (магістерський) рівень вищої освіти, керівник: к.е.н., доц. Дюгованець О.В.

- Щадей Тарас «Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності підприємства» – перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, керівник: д.е.н., проф. Жуков С.А.

Учасники конкурсу та їх керівники були нагороджені дипломами та подяками.

5. Публікації:

Учасниками гуртка підготовлено та опубліковано 21 наукову працю:

1. Мороз І.А. «Інноваційні рішення для соціальних медіа: роль штучного інтелекту у сучасному маркетингу» – Матеріали XI науково-практичної конференції здобувачів та молодих вчених, м. Луцьк, 2024 р.

2. Дзвінів І.О. «Маркетинг цифрових технологій і персоналізація взаємодії зі споживачем» – Матеріали XI науково-практичної конференції здобувачів та молодих вчених, м. Луцьк, 2024 р.

3. Горбатюк В. «Маркетинг впливу: як залучати інфлюенсерів для просування бренду в цифровому світі» – Матеріали XI науково-практичної конференції здобувачів та молодих вчених, м. Луцьк, 2024 р.

4. Горбатюк В. «Кризовий маркетинг в Україні: стратегії і приклади успішних підприємств під час війни» – Матеріали щорічної університетської підсумкової наукової студентської конференції «Маркетинг і менеджмент в

умовах геополітичної нестабільності та військових викликів», м. Ужгород, 2024 р.

5. Селеш-Нодь Г. «Збереження автентичності брендів в умовах геополітичних потрясінь» – Матеріали щорічної університетської підсумкової наукової студентської конференції «Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної нестабільності та військових викликів», м. Ужгород, 2024 р.

6. Ісак В. «Психологія лідерства у критичних ситуаціях: стрес-менеджмент та прийняття ефективних рішень» - Матеріали щорічної університетської підсумкової наукової студентської конференції «Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної нестабільності та військових викликів», м. Ужгород, 2024 р.

7. Мороз І.А. «Ефемерний маркетинг та вплив короткотривалого контенту на споживачів» – Матеріали XX Міжнародна науково-практичної конференції студентів та молодих вчених «MAJESTY OF MARKETING», м. Дніпропетровськ, 2024 р.

8. Симкович К.М «Управління розвитком персоналу підприємства: теоретичні аспекти та фактори впливу» - Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих науковців «Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів», м. Рівне, 2024 р.

9. Чакавий С.В. «Стратегічне антикризове управління підприємством в умовах війни» – Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих науковців «Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів», м. Рівне, 2024 р.

10. Кротенюк А.Р. «Аналіз та оцінка іміджу компанії» - Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих науковців «Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів», м. Рівне, 2024 р.

11. Юричко В.М. «Удосконалення стратегічного управління на підприємстві» – Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих науковців «Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів», м. Рівне, 2024 р.

12. Мошкола І.І. «Управління ризиками на підприємстві» - Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих науковців «Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів», м. Рівне, 2024 р.

13. Лисицька К.В. «Корпоративна соціальна відповідальність у діяльності компанії» – Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих науковців «Стан та

перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів», м. Рівне, 2024 р.

14. Данченко О.О. «Використання штучного інтелекту для оптимізації agile та scrum методологій в управлінні проектами іт-компаній» - Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих науковців «Стан та перспективи розвитку бізнес-середовища в умовах сучасних викликів», м. Рівне, 2024 р.

15. Водяницька К.Р. «Механізм адаптації лідерів малого бізнесу в умовах війни» – Матеріали щорічної університетської підсумкової наукової студентської конференції «Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної нестабільності та військових викликів», м. Ужгород, 2024 р.

16. Зіденик Р. «Реінжиніринг бізнес-процесів в контексті військового конфлікту» – Матеріали щорічної університетської підсумкової наукової студентської конференції «Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної нестабільності та військових викликів», м. Ужгород, 2024 р.

17. Пеца С. «Розвиток компаній-лідерів» на ринку України в умовах воєнного стану» – Матеріали щорічної університетської підсумкової наукової студентської конференції «Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної нестабільності та військових викликів», м. Ужгород, 2024 р.

18. Соломінська Т. «Лідерство в час и кризи: як підтримка та мотивація сприяють розвитку співробітників у воєнний період» – Матеріали щорічної університетської підсумкової наукової студентської конференції «Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної нестабільності та військових викликів», м. Ужгород, 2024 р.

19. Кізик А. «Ефективне лідерство у кризових ситуаціях» – Матеріали щорічної університетської підсумкової наукової студентської конференції «Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної нестабільності та військових викликів», м. Ужгород, 2024 р.

20. Мигалейко К.В. «Бізнес-лідерство в умовах війни» – Матеріали щорічної університетської підсумкової наукової студентської конференції «Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної нестабільності та військових викликів», м. Ужгород, 2024 р.

21. Годованець О.М. «Вплив технологій на управління ресурсами та ризиками під час військового конфлікту» – Матеріали щорічної університетської підсумкової наукової студентської конференції «Маркетинг і менеджмент в умовах геополітичної нестабільності та військових викликів», м. Ужгород, 2024 р.

6. План роботи гуртка на 2025 рік

1. Проведення щомісячних семінарів і тренінгів на актуальні теми з управління та маркетингу.
2. Підготовка та консультування учасників до участі у міжнародних, всеукраїнських, міжвузівських конкурсах та конференціях.
3. Розширення співпраці з бізнесом для залучення реальних кейсів у навчання.
4. Розробка стартапів і навчальні тренінги на базі гуртка.

7. Висновки

У 2024 році студентський науковий гурток «ISKRA» досяг значних успіхів у науково-дослідній і практичній діяльності. Учасники отримали цінний досвід, розширили свої знання з менеджменту та маркетингу, що сприятиме їх подальшому професійному зростанню.

За період діяльності студентами опублікували достатню кількість матеріалів і тез доповідей у наукових виданнях. Студенти наукового гуртка кафедри БАММ брали активну участь у наукових заходах, які відбулися на базі інших ВНЗ, зокрема, у Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт у Хмельницький кооперативний торговельно-економічний університет, всеукраїнській конференції у Рівненському державному гуманітарному університеті, Міжнародній науково-практичній конференції «MAJESTY OF MARKETING» на базі Національного технічного університету «Дніпровська політехніка», міжнародній науково-практичній конференції здобувачів та молодих вчених м. Луцьк. В рамках наукового студентського гуртка для студентів кафедри були організовані зустрічі з підприємцями, спеціалістами, фахівцями в сфері маркетингу та управління (онлайн).

Керівник студентського наукового гуртка



Олена ЗАРІЧНА

Завідувачка кафедри бізнес-адміністрування,
маркетингу та менеджменту



Олеся ДЮГОВАНЕЦЬ