

ПЛАН
роботи наукового гуртка «Студентський маркетинговий клуб «М-Тем»»
на 2025-2026 н.р.
кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну

Вступна частина:

Мета діяльності наукового гуртка: створення студентської спілки маркетологів у КНУТД.
Основні завдання: набуття практичних навичок шляхом участі в реальних маркетингових заходах з метою позапрограмного навчання; організація та проведення майстер-класів, семінарів та Круглих столів для забезпечення спілкування студентів-маркетологів КНУТД з представниками інших вищих навчальних закладів, органами державного та недержавного управління у сфері освіти і бізнесу.

Тематика наукових досліджень студентського гуртка: Поведінковий маркетинг у кризових умовах: адаптація споживчих стратегій і трансформація брендової комунікації.

Кількість учасників наукового гуртка: 70 осіб.

Планова результативність наукового гуртка:

№	Захід	Кількість осіб
1.	Участь у Всеукраїнських конкурсах студентських наукових робіт	3 особи спеціальність D5 Маркетинг
2.	Участь у Міжнародних конкурсах студентських наукових робіт	1 особа спеціальність D5 Маркетинг
3.	Участь у творчих конкурсах	- 20 Всеукраїнський студентський фестиваль реклами - Національний фестиваль соціальної реклами - Креативний батл «Рекламний полігон (зима, літо) - різні конкурси реклами
4.	Участь у конкурсах дипломних робіт	3 особи
5.	Участь у конференціях міжнародного рівня	20 осіб
6.	Участь у конференціях Всеукраїнського рівня	30 осіб
7.	Участь у круглих столах	150 осіб
8.	Участь у Всеукраїнській конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості»	8 осіб
9.	Представлення старт-ап проєктів на Всеукраїнській конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості»	Команда (6 осіб)
10.	Публікація статей	10 статей
11.	Публікація тез доповідей	50 тез

План засідань наукового гуртка

№№ з/п	Назва теми засідання	Дата та час проведення	Аудиторія проведення	Науковий керівник (ПІБ, посада)
	Інноваційні підходи до управління споживчою поведінкою в умовах нестабільності	23.09.2025	4-1102	к.е.н., доц. кафедри МКД Євсейцева О.С. ас. Шевчук П.Д.
	Маркетинг здоров'я: виклики та обмеження	18.10.2025	4-1102	к.е.н., доц. кафедри МКД Євсейцева О.С.

просування харчових продуктів для дітей				спільно з Українською асоціацією маркетингу
Дуальна освіта в дії: перші кроки до професійного зростання маркетолога	22.11.2025	4-1102		к.е.н., доц. кафедри МКД Євсейцева О.С. (спільно з Українською асоціацією маркетингу)
Фестивалі реклами як інструмент розвитку креативного мислення майбутнього маркетолога	02.12.2025	4-1102		к.е.н., доц. кафедри МКД Євсейцева О.С.
Компетенції майбутнього: що має знати ефективний маркетолог у 2026 році	28.02.2026	4-1102		к.е.н., доц. кафедри МКД Євсейцева О.С. Виноградов О.Ю.
Маркетинг послуг у цифрову епоху: нові моделі поведінки споживача	14.03.2026	4-1102		к.е.н., доц. кафедри МКД Євсейцева О.С. Максим Короленко Співзасновник туристичної компанії Загор'є Засновник платформи Raise4UA (платформа створена для підтримки військових і гуманітарних зусиль в Україні)
Соціальна відповідальність брендів під час війни: досвід, уроки, перспективи	17.04.2026	4-1102		к.е.н., доц. кафедри МКД Євсейцева О.С.
Підведення підсумків роботи гуртка	30.05.2026	4-1102		к.е.н., доц. кафедри МКД Євсейцева О.С.

Завідувач кафедрою МКД,
керівник наукового гуртка

Олена ЄВСЕЙЦЕВА