

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ВІДОКРЕМЛЕНИЙ СТРУКТУРНИЙ ПІДРОЗДІЛ «ІРПІНСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ БІОРЕСУРСІВ І
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Заступник директора
з навчальної роботи
Вікторія СОВА
2023 року



План
роботи студентського наукового гуртка «Маркетолог»
на 2023-2024 н.р.

Зміст роботи	Термін виконання	Відповідальні	
I. Організаційна робота			
1.Залучити студентів до участі роботи гуртка, обрання старости гуртка.	Вересень	Дерев'янка І.В.	
2.Провести загальні збори членів гуртка, затвердження плану роботи гуртка «Маркетолог» на 2023-2024 н.р.	Вересень	Дерев'янка І.В., члени гуртка	
3. Ознайомитися з етичними нормами, законами, документами та інструкціями, якими керується маркетолог на підприємстві.	Вересень	Дерев'янка І.В., члени гуртка	
II. Науково-пошукова робота			
1. «Маркетолог очима керівника. Командна робота чи один в полі воїн» Дослідити посадові інструкції маркетолога. Визначити головні аспекти організації роботи маркетолога на підприємстві, його взаємодію з різними підрозділами компанії. Проаналізувати сучасні засоби та інструменти для організації	Жовтень	Дерев'янка І.В., члени гуртка	

робочого процесу та контролю виконання завдань. Практично дослідити найпоширеніші застосунки, планери та CRM системи. Навчитися створювати фотографію робочого часу маркетолога відповідно до посадової інструкції та поставлених завдань. Презентація сторінки власного проекту у додатку Trello.			
2. «Маркетингова оцінка компанії та проведення маркетингового аудиту на прикладі. Визначення значення маркетингової оцінки та аудиту для компаній у сучасному бізнес-середовищі. Дослідження основних критеріїв, які використовуються для оцінки маркетингової ефективності компанії (наприклад, прибутковість, ринкова позиція, лояльність клієнтів тощо). Навчитися проводити маркетингову оцінку компанії, досліджувати основні критерії присутності компанії у інфо. просторі свого клієнта (користувача). Проведення маркетингового аудиту на прикладі обраного підприємства та презентація результатів дослідження.	Листопад	Дерев'янка І.В., члени гуртка	
3. «Позиціонування. Брендування та айдентика». Дослідити важливість створення айдентики бренду, визначити основні елементи створення, розробити варіант власної айдентики. Дослідження основних етапів створення продукту з власною айдентикою.	Грудень	Дерев'янка І.В., члени гуртка	

Презентація продукту з власною айдентикою.			
4. «Компанія. Капманія». Знайомство з поширеними платформами та конструкторами для створення сайта. Знайомство з основними соціальними мережами, які використовуються у бізнесі. Знайомство з інструментами створення контенту та основами таргету. Створення власного контенту та дослідження популярних методів планування рекламних кампаній та проектів компанії.	Січень	Дерев'янка І.В., члени гуртка	
5. «Цільова аудиторія очима маркетолога». Дослідити питання сегментації клієнтів на прикладі обраного діючого підприємства, визначити критерії поділу цільової аудиторії (далі ЦА.) на групи, дослідити інструменти впливу на певну категорію ЦА. Створити приклад сегментації ЦА з презентацією рекламних методів. Презентувати план роботи маркетолога у формі презентації.	Лютий	Дерев'янка І.В., члени гуртка	
6. «Блакитний океан можливостей партнерства». Дослідження поняття «Партнерство». Визначення можливостей досягнення цілей компанії шляхом проведення спільних проектів, акцій та програм. Програма лояльності – як основа побудови сервісної складової компанії. Івент – як дієвий інструмент побудови маркетингових комунікацій. Презентація івент-проекту.	Березень	Дерев'янка І.В., члени гуртка	

7. «Ніколи не їжте на одинці». Маркетингові комунікації, як важлива складова комплексу маркетингу. Визначення основних цілей та завдань побудови комунікацій. Розгляд популярних рекомендацій Визначення складових для створення маркетингової стратегії. Кейс-дослідження: Реалізація успішної маркетингової комунікаційної стратегії.	Квітень	Дерев'янка І.В., члени гуртка	
8. «Я – маркетолог!» Дослідити існуючі вакантні пропозиції маркетолога на порталах Work.ua та Robota.ua. Обрати цікаву вакансію та зробити дослідження з виявлення Hard та Soft skills майбутнього маркетолога, виходячи з побажань роботодавця. Створити резюме (CV) та мотиваційний лист (CL) з акцентом на бажанні працювати саме в цій компанії і користь від вашої роботи.	Травень	Дерев'янка І.В., члени гуртка	
ІІІ. Проведення конференцій, конкурсів, екскурсій, виставок тощо			
1. Організувати майстер-клас «Використання сторітелінгу в рекламних матеріалах» для учнів ІАЛ НУБіП України.	Протягом року	Дерев'янка І.В.	
2. Організувати екскурсії членів гуртка на виставку: «Виставка здоров'я та довголіття 2023 р.».	Вересень	Дерев'янка І.В.	
3. Організувати зустріч членів гуртка з практикуючим-маркетологом на тему: «SMM у буднях маркетолога».	Жовтень	Дерев'янка І.В., члени гуртка	
4. Організувати екскурсії членів гуртка на найбільшу виставку друку та реклами: «REX TREX».	Листопад	Дерев'янка І.В.	

5. Участь у Днях відкритих дверей коледжу.	Протягом року	Дерев'янка І.В., члени гуртка	
6. Організувати зустріч членів гуртка » з практикуючим-маркетологом на тему «POSM та чому вони такі важливі для маркетолога».	Березень	Дерев'янка І.В.	
7. Підготувати тези для участі у науково-практичних конференціях членів гуртка «Маркетолог».	Протягом навчально го року	Дерев'янка І.В., члени гуртка	
8. Залучення членів гуртка «Маркетолог» до участі всеукраїнських науково-практичних конференцій.	Протягом навчально го року	Дерев'янка І.В., члени гуртка	
9. Підвести підсумки інноваційної роботи гуртка «Маркетолог» за 2023-2024 н.р.	Травень	Дерев'янка І.В., члени гуртка	

Керівник гуртка

Ірина ДЕРЕВ'ЯНКО