

СТУДЕНТСЬКИЙ НАУКОВИЙ ГУРТOK «МАРКЕТОЛОГ»

Для організації та розвитку науково-дослідної діяльності здобувачів вищої освіти в межах роботи наукового гуртка «Маркетолог» залучаються студенти спеціальності D5 Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, які мають спільні дослідницькі інтереси, беруть активну участь у наукових проєктах поза навчальним процесом та розробляють індивідуальні наукові роботи відповідно до стратегічних напрямів наукових досліджень кафедри.

Керівники наукового гуртка:

д-р.е.н., професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Варченко Ольга Миронівна.

Староста гуртка: Жашкевич Дар'я Леонідівна, здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, спеціальності D5 «Маркетинг» (2 курс 5 група).

Метою діяльності наукового гуртка «Маркетолог» є:

- ✓ формування сприятливого науково-освітнього середовища для розвитку дослідницьких компетентностей здобувачів вищої освіти, поглиблення їхніх професійних знань у сфері маркетингу;
- ✓ розвиток і підтримка обдарованої студентської молоді, схильної до науково-дослідної діяльності.

Основними завданнями студентського наукового гуртка є:

- розвиток і розкриття здібностей студентів у різних напрямках науково-дослідної діяльності;
- формування креативної, ініціативної та науково орієнтованої особистості;
- поглиблене вивчення студентами обраної навчальної дисципліни;
- сприяння розв'язанню актуальних проблем сучасного розвитку під керівництвом викладачів;
- набуття студентами практичного досвіду організації та участі у наукових заходах, зокрема конференціях, конкурсах, олімпіадах, круглих столах та форумах;
- створення умов для активної участі студентів у науково-дослідній роботі.

Студенти, котрі відвідують засідання наукового гуртка, мають можливість:

- ✓ брати участь у науково-дослідних проєктах за пріоритетними напрямками діяльності кафедри;
- ✓ розвивати власні наукові інтереси та здібності у сфері маркетингу;
- ✓ поглиблювати знання з обраних навчальних дисциплін;
- ✓ готувати та презентувати результати власних досліджень на

конференціях, конкурсах, круглих столах;

- ✓ набувати практичного досвіду організації та проведення наукових заходів;

- ✓ формувати навички аналітичного мислення, наукового пошуку та академічної комунікації.

Очікувані результати:

- ✓ формування у здобувачів вищої освіти стійкого інтересу до науково-дослідної діяльності у сфері маркетингу;

- ✓ розвиток аналітичного мислення, дослідницьких компетентностей та навичок наукового пошуку;

- ✓ поглиблення професійних знань з обраних навчальних дисциплін;

- ✓ набуття практичного досвіду виконання індивідуальних та колективних наукових проєктів;

- ✓ підвищення рівня підготовки студентів до участі у наукових конференціях, конкурсах, олімпіадах та форумах;

- ✓ формування навичок академічної комунікації, презентації результатів досліджень та публічного виступу;

- ✓ підготовка конкурентоспроможних фахівців, орієнтованих на інноваційний розвиток та наукову діяльність.

День, аудиторія, час проведення засідань: щомісяця (день узгоджується зі студентами), ауд. 126, о 14:30.