

Хмельницький національний університет



Червневі «Наукові дискусії та тренінги Soft Skills» на факультеті економіки і управління

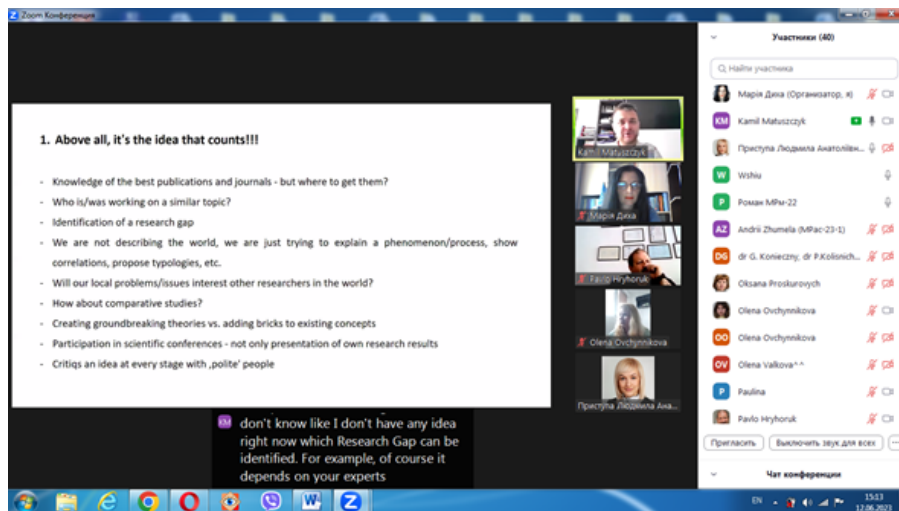
13.06.2023

12 червня 2023 року у рамках роботи платформи «НАУКОВІ ДИСКУСІЇ ТА ТРЕНІНГИ SOFT SKILLS» відбулися заходи:

- міжнародної взаємодії Centrum Studiów nad Migracjami Uniwersytetu Warszawskiego (Warszawa, Polska), WSHIU Akademia Nauk Stosowanych (Poznań, Polska) та факультету економіки і управління Хмельницького національного університету.
- гостьова лекція професіонала-практика.

До участі у заходах долучилися здобувачі вищої освіти різних рівнів факультету економіки і управління (бакалаврського, магістерського, рівня PhD) спеціальностей 051 «Економіка», 071 «Облік і оподаткування», 072 «Фінанси, банківська справа та страхування», 075 «Маркетинг» Хмельницького національного університету та НПП.

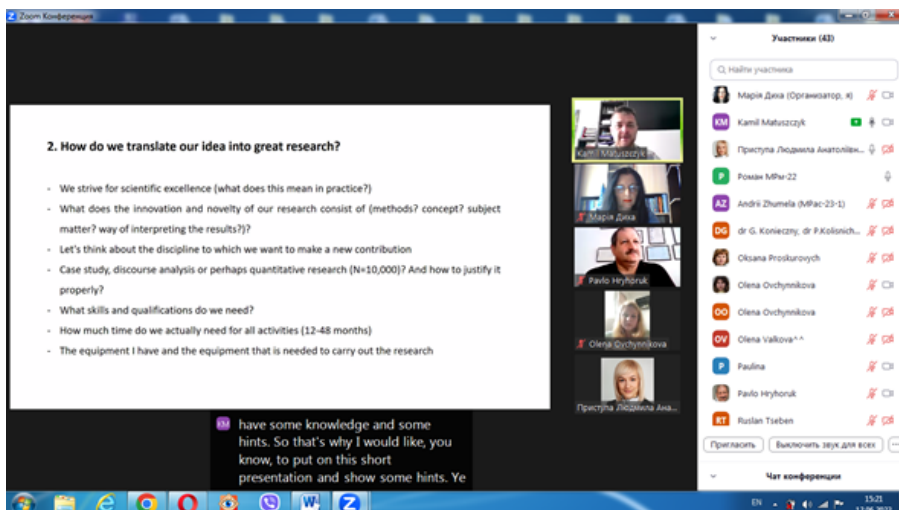
Dr, Researcher, Editor of the CMR Working Papers, Kamil Matuszczyk (Centre of Migration Research University of Warsaw) представив цікаву доповідь на тему «Towards research excellence: academic career from A to Z».



1. Above all, it's the idea that counts!!!

- Knowledge of the best publications and journals - but where to get them?
- Who is/was working on a similar topic?
- Identification of a research gap
- We are not describing the world, we are just trying to explain a phenomenon/process, show correlations, propose typologies, etc.
- Will our local problems/issues interest other researchers in the world?
- How about comparative studies?
- Creating groundbreaking theories vs. adding bricks to existing concepts
- Participation in scientific conferences - not only presentation of own research results
- Critique an idea at every stage with „polite“ people

Chat: don't know like I don't have any idea right now which Research Gap can be identified. For example, of course it depends on your experts



2. How do we translate our idea into great research?

- We strive for scientific excellence (what does this mean in practice?)
- What does the innovation and novelty of our research consist of (methods? concept? subject matter? way of interpreting the results?)?
- Let's think about the discipline to which we want to make a new contribution
- Case study, discourse analysis or perhaps quantitative research (N=10,000)? And how to justify it properly?
- What skills and qualifications do we need?
- How much time do we actually need for all activities (12-48 months)
- The equipment I have and the equipment that is needed to carry out the research

Chat: have some knowledge and some hints. So that's why I would like, you know, to put on this short presentation and show some hints. Ye

2. How do we translate our idea into great research?

- We strive for scientific excellence (what does this mean in practice?)
- What does the innovation and novelty of our research consist of (methods? concept? subject matter? way of interpreting the results?)?
- Let's think about the discipline to which we want to make a new contribution
- Case study, discourse analysis or perhaps quantitative research (N>10,000)? And how to justify it properly?
- What skills and qualifications do we need?
- How much time do we actually need for all activities (12-48 months)
- The equipment I have and the equipment that is needed to carry out the research

have some knowledge and some hints. So that's why I would like, you know, to put on this short presentation and show some hints. Ye

4. We do not do research for its own sake, i.e. a strategy for disseminating project results

- Avoid predatory journals at all costs!
- Article or monograph?
- Let's indicate in which journals we want to publish our results
- One? Two? Or maybe ??
- Let's not forget academic social media (ResearchGate, Academia, Twitter)
- When do we start writing?
- *Publications in international circulation,
- Polish scoring or prestige and international quality of publication?
- Where is the best place to publish? Polish publishing houses? Or perhaps regional ones?
- Conference tourism or the most prestigious congress?

academia, social media, like research, great Academia Twitter. You can also, you know, create your own accounts, and you know, share

5. Growing importance of the principal investigator, i.e. how best to present yourself in the application?

- Description of scientific achievement - book? Organisation of a congress?
- My experience vs. the NCN panel/20 publications - is it a lot or a little?
- Self-investment strategy - is it worth it?
- All projects matter, including departmental ones
- Enter everything or only selected information about us?
- International mobility first and foremost
- How many citations of my work are there in SCOPUS, Web of Science and how many in Google Scholar?
- Or do we have different functions that increase the chance of the research being realised (academic bodies, recognised social functions, networking)?

artide? Yes, and what kind of new? Something extra we have added to the you know, strand of research in our sub

6. We have everything set up and we get down to writing the proposal....

- It is essential to know the WHOLE documentation of the competition
- Let's take care of the quality of the English language (proofreading!!!)
- Bibliography - from the most important works (in foreign language!) to the correct transcription
- It is worth involving additional people in the writing of the proposal and giving the proposal to "non-specialists" to read
- When should you start writing the proposal?
- Remember the limits of the different parts of the proposal (5 versus 15 pages)
- Clarity and legibility of the proposal - style, correctness (to the letter and to the number), proportion of individual threads, underlining of the most important elements (bolding), explanation of key concepts
- Appropriate planning of research tasks - do we need a Gant chart?

presentation, I put only 6 steps but I think it's time consuming, and also a lot of points. We should answer, I will serve as

В продовження тематики підготовки дослідницьких пропозицій та можливостей міжнародної співпраці була представлена доповідь к.е.н., доц. Олени Овчиннікової на тему «Українські науковці: можливості міжнародної співпраці».

The screenshot shows a Zoom conference window. The main content is a presentation slide with the following text:

УКРАЇНСЬКІ НАУКОВЦІ: МОЖЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ

Українські науковці: можливості міжнародної співпраці

On the right side of the Zoom window, there is a list of participants (Учасники (45)) and a chat window (Чат конференції).

The screenshot shows a Zoom conference window displaying a slide with the following content:

Відносини і головною установою вдома.

Частина респондентів виконували дистанційну роботу для українських навчальних чи наукових закладів на тих самих умовах, що й до вторгнення (30,16%), або перебували у неоплачуваній відсутності (28,75%) чи були звільнені. Причому саме через перебування за кордоном їм не продовжили контракт або вимусли написати заяву на звільнення чи використовувати відпустку. Але трохи більше позитивні респондентів все ж таки отримували зарплату або стипендію в рідному закладі і підтримували робочі контакти.

Two charts are displayed:

- Частіше працює за кордоном:** A donut chart showing the distribution of respondents who work abroad more often.
- Частіше працює дистанційно в Україні:** A bar chart comparing the number of respondents who work remotely in Ukraine more often.

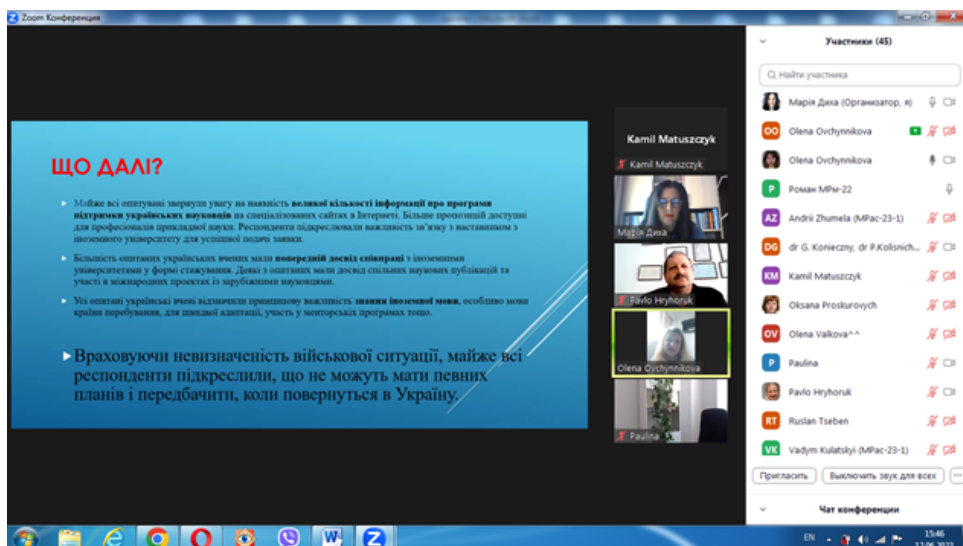
On the right side of the Zoom window, there is a list of participants (Учасники (45)) and a chat window (Чат конференції).

The screenshot shows a Zoom conference window displaying a slide with the following content:

ОСНОВНІ ПЕРЕШКОДИ

- ▶ Серед найважливіших перешкод, з якими стикаються під час звернення за підтримкою, респонденти вказали недостатню кількість пропозицій у своїх дисциплінах, а також брак досвіді подання заявок на зовнішнє фінансування та мовні бар'єри.
- ▶ Опитувані наголошували, що війна зруйнувала їхні наукові плани, а еміграція за кордон була вимушеною (через необхідність евакуації, зруйновані квартири, страх за дітей тощо).
- ▶ Робота на кількох роботах займає багато часу, тому немає часу на дослідження

On the right side of the Zoom window, there is a list of participants (Учасники (45)) and a chat window (Чат конференції).



Д.е.н., професор Марія Диха висловила вдячність колегам з міжнародної співпраці та наміри подальшої конструктивної взаємодії.

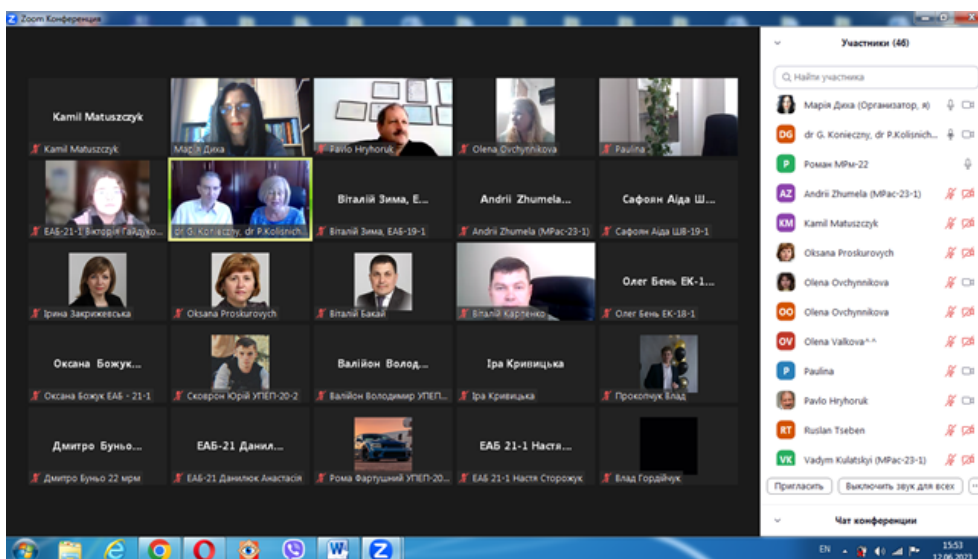
В обговоренні питань міжнародної співпраці активну участь взяли польські колеги: ректор Dr., Grzegorz Konieczny, проректор Dr. Paulina Kolisnichenko (WSHIU Akademia Nauk Stosowanych, Poznań, Polska), які відзначили результати міжнародної співпраці із ХНУ:

– участь у спільних заходах, круглих столах, обговореннях у рамках роботи платформи «Наукові дискусії та тренінги soft skills»;

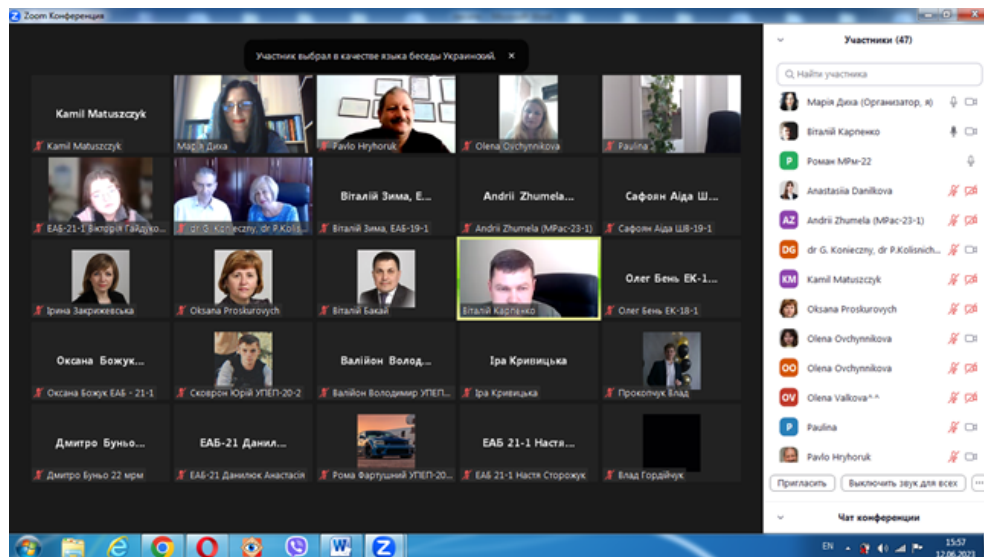
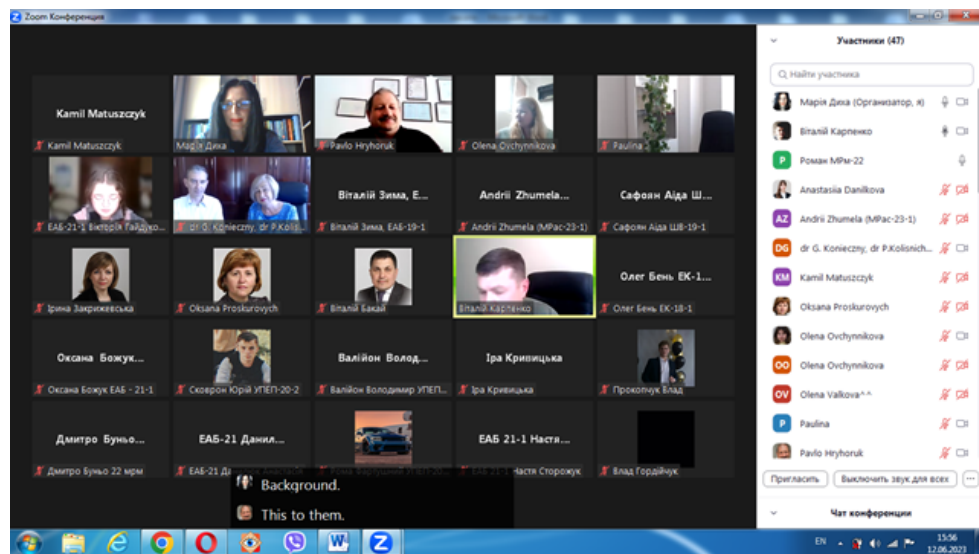
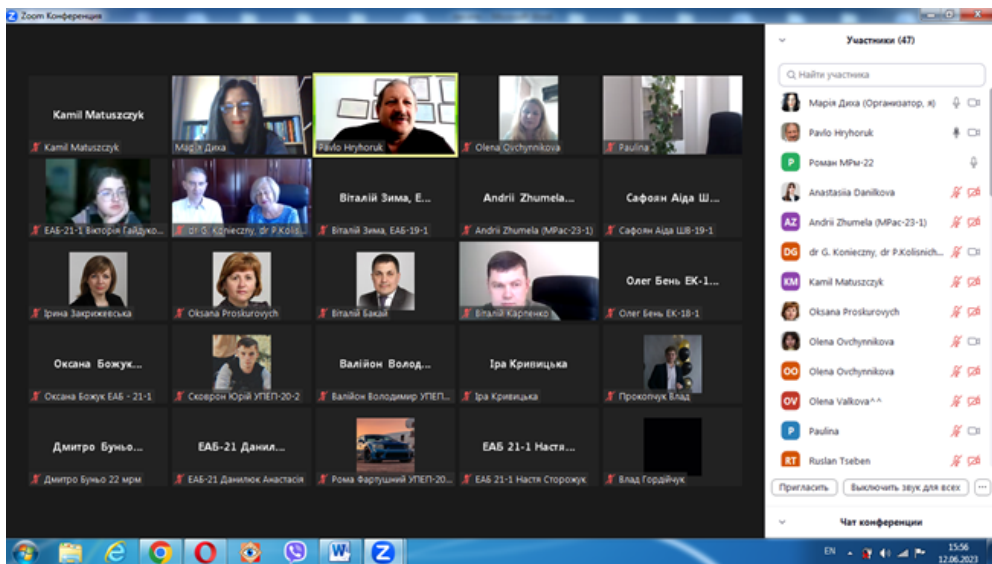
– успішне навчання здобувачів вищої освіти (Ірини Погурало (ЕАБ-21-1) та Євгенії Буги (ФБС-20-1) за програмою академічної мобільності у WSHIU Akademia Nauk Stosowanych (Poznań, Polska) впродовж весняного семестру 2022-23 н.р.;

– плідне та насичене заходами стажування НПП Хмельницького національного університету у WSHIU Akademia Nauk Stosowanych (Poznań, Polska);

– виступ д.е.н., професора Марії Дихи на Міжнародному форумі у Poznań, Polska, її участь у дискусійних панелях (17-20 травня 2023 р.) із представниками Уряду Республіки Польща, науково-педагогічними працівниками та представниками компаній та організацій.



Активну участь в обговоренні результатів та подальших перспектив розвитку міжнародної співпраці взяли д.е.н., зав. кафедри ЕАМ та ІТБ Павло Григорук та к.е.н., декан факультету економіки і управління Віталій Карпенко, які також висловили подяку міжнародним партнерам за плідну співпрацю.



Надалі із доповіддю на тему «Створення бренду для IT-компанії» виступив технічний директор компанії Stfalcon Олександр Зозуля.

Створення бренду для IT-компаній

Олександр Зозуля
Chief Technical Officer at stfalcon

Я технічний директор компанії стэфалком 10 років практикую в розробці програмних продуктів та рішень,

Учасники (47): Maria Dena (Організатор, к), Olexandr Zozulya CTO, Roman MPW-22, Anastasia Danilova, Andrii Zhumela (MPac-23-1), dr G. Konieczny, dr P.Kolonic..., Kamil Matuszczyk, Oksana Proskorovych, Olena Ovchynikova, Olena Ovchynikova, Olena Valikova**, Paulina, Pavlo Neyhoruk

Flexbus

Нова Пошта

Повітряна Тревга

компаній, створення нашого особистого бренду, тому це все буде на прикладі, нашої компанії. Отже, почніть

Учасники (47): Maria Dena (Організатор, к), Olexandr Zozulya CTO, Roman MPW-22, Anastasia Danilova, Andrii Zhumela (MPac-23-1), dr G. Konieczny, dr P.Kolonic..., Kamil Matuszczyk, Oksana Proskorovych, Olena Ovchynikova, Olena Ovchynikova, Olena Valikova**, Paulina, Pavlo Neyhoruk

BRAND

DESIGN, STRATEGY, LOGO, ADVERTISING, MARKETING, IDENTITY, VALUE, FRUIT, FISH, BREAD, CUP, CUPCAKE, CUPCAKE, CUPCAKE

Бренд – це не лише логотип, це те, що викликає продукцію конкретного виробника з певні історії, аналогії

цільовим клієнтом є той замовник який замовляє розробку таких продуктів, детальніше про це поговоримо трошки згодом. Отже,

Учасники (47): Maria Dena (Організатор, к), Olexandr Zozulya CTO, Roman MPW-22, Anastasia Danilova, Andrii Zhumela (MPac-23-1), dr G. Konieczny, dr P.Kolonic..., Kamil Matuszczyk, Oksana Proskorovych, Olena Ovchynikova, Olena Ovchynikova, Olena Valikova**, Paulina, Pavlo Neyhoruk

Чому це важливо для IT?

- Відомість на ринку
- Доверта та надійність
- Цінність і сприйняття
- Розширення банесу
- Талант привабливість

потрібно Чимось виділитися і виділитися не тільки Лого, а своїми послугами. Тим стилем тою якістю надання

Учасники (48): Maria Dena (Організатор, к), Olexandr Zozulya CTO, Roman MPW-22, Anastasia Danilova, Andrii Zhumela (MPac-23-1), dr G. Konieczny, dr P.Kolonic..., Kamil Matuszczyk, Oksana Proskorovych, Olena Ovchynikova, Olena Ovchynikova, Olena Valikova**, Paulina, Pavlo Neyhoruk

Аналіз ринку та цільової аудиторії

ICP

Вік	Стать	Рівень освіти	Сфера діяльності	Середній дохід	Середній рівень доходу
25-34	Жінки	Вища	ІТ	1000-1500	1500-2000
35-44	Чоловіки	Вища	Маркетинг	1500-2000	2000-2500
45-54	Чоловіки	Вища	Бізнес	2000-2500	2500-3000
55-64	Чоловіки	Вища	Бізнес	2500-3000	3000-3500
65+	Чоловіки	Вища	Бізнес	3000-3500	3500-4000

УТП

Аналіз конкурентів

описуємо їхні потреби, можливості проблеми, і на основі них формуємо одного декілька клієнтів, треба

Розробка місії, візії та цінностей бренду

Місія - запровадити продукт, що покращить та регулює життя людей.

Візія - бути лідером в галузі, щоб бути впевненими, що на фронті завжди поставлені люди, які здатні, в величезній кількості, зосереджені на своїх продуктах, пропонуючи найкращий рішення для наших клієнтів.

Наші цінності

- Привабливість та повага у команді
- Робота на результат
- Дієвості в кожній справі
- Відкритість до зростаючої та мінливої частоти з максимізацією з кожною з компаній

корективи виконання того, чи іншого завдання. Таким чином, ми будемо і розвиватимемо самодостатній колективні ні.

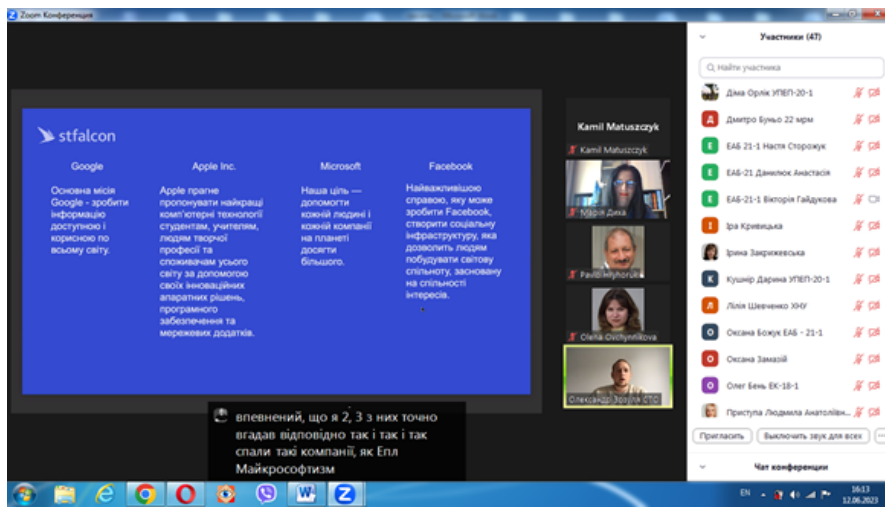
Розробка логотипу та фірмового стилю

формування цілісного визначеного бренду а допомагає створювати за направлений на цілі компанії Колектив. Наступним кроком.

Брендинг як стратегічний інструмент

- Взаємодія зі споживачами на амбіційному бренду
- Воронки в ЗМІ та громадськість
- Роль бренду в розвитку IT компанії

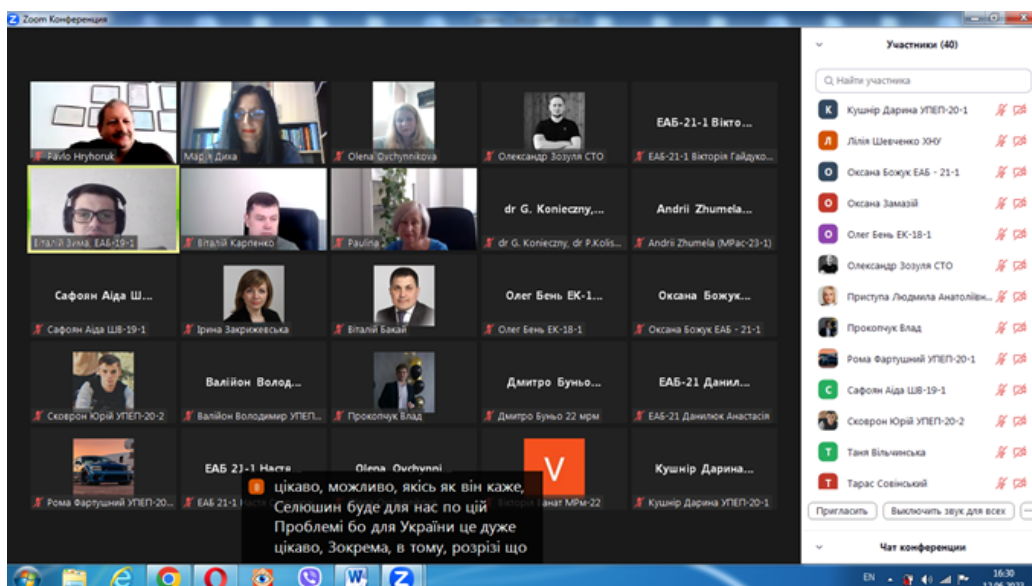
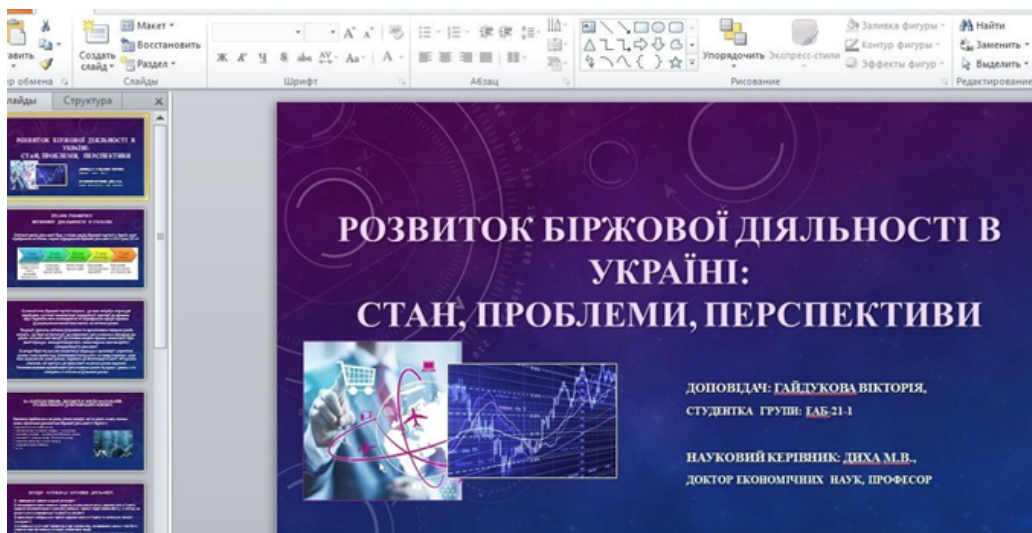
компанію приймас участь в конференціях, так дає інтер'ю їдять на різного роду Род-шоу за кордон. Таким чином популяризує

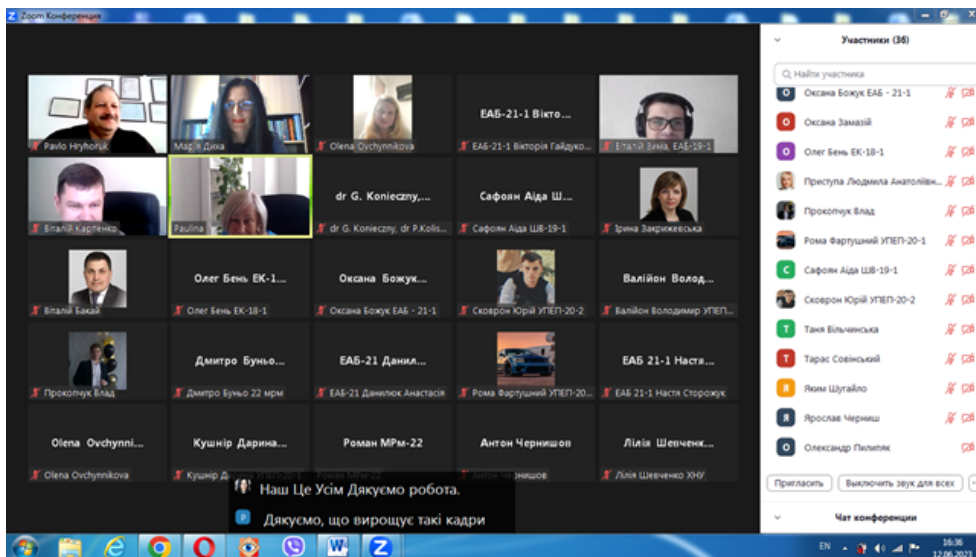


Результати дослідження на тему «Розвиток біржової діяльності в Україні: стан, проблеми, перспективи» представила Вікторія Гайдукова (ЕАБ-21-1).

Здобувачі вищої освіти активно долучилися до обговорення доповідей.

Віталій Зима (ЕАБ-19-1) як представник органу студентського самоврядування факультету економіки і управління на запит д.е.н. професора Марії Дихи також виокремив низку питань, які будуть цікавими здобувачам до обговорення у подальшому у рамках роботи платформи «Наукові дискусії та тренінги soft skills».





Керівник роботи платформи «НАУКОВІ ДИСКУСІЇ ТА ТРЕНІНГИ SOFT SKILLS» та модератор роботи дискусійної платформи д.е.н., професор Марія Диха висловила вдячність усім учасникам заходів та доповідачам, завідувачам кафедр, декану факультету економіки і управління Віталію Карпенку та ректорату ХНУ за сприяння у проведенні заходів впродовж 2022-2023 н.р.

Декан факультету економіки і управління Віталій Карпенко також висловив усім вдячність та побажання цікавих доповідей, дискусій, плідної співпраці із міжнародними партнерами, стейкхолдерами у 2023-2024 н.р.

Факультет економіки і управління

Загальні питання: centr@khmnu.edu.ua
Публікація матеріалів: press@khmnu.edu.ua

Центр кар'єри

Скринька довіри

Цивільний захист

Пожежна безпека

Охорона праці

