

Навчально-наукова активність бакалаврів у 2026 році

ДАТА	Подія (інтерактивне посилання)
03-07	Випуск бакалаврів спеціальності «Маркетинг» 2026: чотири роки викликів, знань і незабутніх спогадів
23-06	На кафедрі маркетингу ДУІКТ успішно завершилися захисти кваліфікаційних робіт бакалаврів
17-06	На кафедрі Маркетингу ДУІКТ стартували захисти кваліфікаційних робіт бакалаврів
12-06	Наука задля перемоги та майбутнього: у ДУІКТ відбулася VIII Міжнародна науково-практична конференція «Маркетинг майбутнього. Виклики та реалії»
11-06	Стрес під контролем: студенти та аспіранти кафедри Маркетингу опанували практичні інструменти щоденної стійкості
01-06	Маркетинг зсередини: студенти кафедри Маркетингу вивчали досвід стійкості мережі «Сільпо» в ТРЦ Blockbuster Mall
25-05	Вихованець кафедри Маркетингу ДУІКТ — серед переможців «Ярмарку маркетингових ідей»!
19-05	День кар'єри у ДУІКТ: студенти-маркетологи шукали роботу, компанії – майбутніх працівників
30-04	Кар'єрний стрибок: секрети лідерства в сучасний період від експертки Київстар
28-04	Професійний розвиток молоді: на кафедрі Маркетингу відбулася презентація програми стажування від JYSK
21-04	Життя кафедри очима студентів: майбутні маркетологи презентували ролик про насичені студентські будні
16-04	Розширення можливостей: студенти-маркетологи ДУІКТ занурилися у світ сучасних комунікацій у Sens Hub
07-04	«Київстар» поділився зі студентами ДУІКТ досвідом ефективного маркетинг-міксу
06-04	Для студентів-маркетологів ДУІКТ відбувся воркшоп з корпоративної соціальної відповідальності
06-04	Емоції, вдячність і креатив молоді: кафедра Маркетингу ДУІКТ відсвяткувала ювілей
03-04	Випускниця кафедри Маркетингу ДУІКТ провела онлайн лекцію «UI/UX, SEO та Accessibility сайту очима фронтенд-розробника і маркетолога» для студентів
02-04	Кафедра Маркетингу ДУІКТ відсвяткувала перший великий ювілей!
27-03	Нові горизонти для студентів-маркетологів ДУІКТ: зустріч з HR-командою «Сільпо» та старт програми «Створи себе сам»
26-03	ДУІКТ та Київстар провели спільний тренінг з диференціації бренду для студентів-маркетологів
24-03	В ДУІКТ відбулась відкрита лекція про еволюцію маркетингових агенцій від засновника брендформанс digital-агентства UAMASTER
16-03	В ДУІКТ відбулася відкрита лекція для маркетологів від команди KREAT «Тік-Ток: креатив, що допоможе заробляти в 2026 році»
27-02	Маркетинг у реальному бізнесі: студенти-другокурсники ННІМП презентували результати ознайомчої практики

Навчально-наукова активність бакалаврів у 2026 році

Основні події, практичні активності та результати року

3 липня 2026 року У ДУІКТ відбувся випуск бакалаврів спеціальності «Маркетинг», який підсумував чотири роки навчання, практик, проєктної роботи та професійного становлення студентів. У 2026 році кафедра Маркетингу випустила 49 бакалаврів, з яких 6 отримали дипломи з відзнакою.



23 червня 2026 року На кафедрі Маркетингу завершилися захисти кваліфікаційних робіт бакалаврів, які тривали з 15 по 18 червня. Майбутні бакалаври спеціальності «Маркетинг» презентували власні дослідження з актуальних питань маркетингової діяльності підприємств в умовах цифрової трансформації, обґрунтовували висновки та практичні рекомендації. Захисти продемонстрували сформовані за роки навчання аналітичні, дослідницькі, презентаційні та професійні компетентності випускників.



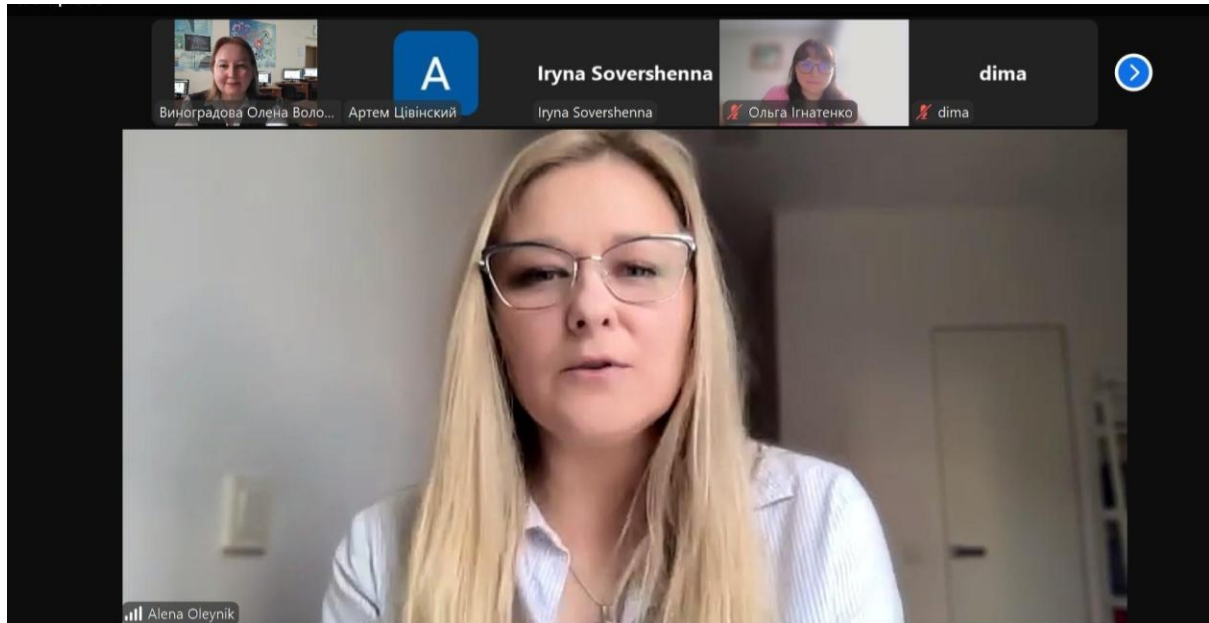
17 червня 2026 року 15 червня на кафедрі Маркетингу розпочалися захисти кваліфікаційних робіт здобувачів першого, бакалаврського рівня вищої освіти спеціальності «Маркетинг». Роботу екзаменаційної комісії очолила кандидат економічних наук, доцент Любов Василичина з Державного торговельно-економічного університету. Бакалаври представили результати власних маркетингових досліджень і практичні пропозиції для бізнесу, демонструючи готовність застосовувати отримані знання у професійній діяльності.



12 червня 2026 року 10 червня студенти бакалаврського рівня долучилися до VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг майбутнього. Виклики та реалії», організованої кафедрою Маркетингу ДУІКТ. Разом із науковцями, представниками бізнесу, викладачами та аспірантами бакалаври обговорювали сучасні виклики маркетингового середовища й знайомилися з актуальними дослідницькими підходами. Участь у конференції розвивала навички академічної комунікації, критичного аналізу та роботи з професійною інформацією.



11 червня 2026 року 9 червня студенти-маркетологи, зокрема здобувачі бакалаврського рівня, взяли участь у практичній зустрічі, присвяченій управлінню стресом і щоденній психологічній стійкості. Учасники опановували прикладні інструменти саморегуляції, відновлення ресурсу та підтримання працездатності в умовах високого навчального й професійного навантаження. Для бакалаврів такі навички є важливою складовою soft skills, необхідних під час командної роботи, практики, захистів і майбутньої кар'єри.



1 червня 2026 року Студенти-маркетологи першого курсу відвідали дизайнерський магазин мережі «Сільпо» у ТРЦ Blockbuster Mall та побачили, як маркетинг, сервіс і HR-процеси працюють у великому ритейлі. Менеджер з персоналу та розвитку мережі Інна Мороз розповіла бакалаврам про вакансії й вимоги до кандидатів, а Валерія Стебліна — про адаптацію, навчання та оплачуване п'ятимісячне стажування для студентів. Учасники також спробували роботу касира та отримали практичне уявлення про клієнтський досвід і внутрішні процеси торговельної мережі.



25 травня 2026 року Гліб Ігнатенко, вихованець кафедри Маркетингу ДУІКТ, здобув диплом II ступеня у всеукраїнському конкурсі «Ярмарок маркетингових ідей», що об'єднує студентів провідних університетів України. Його результат став прикладом того, як бакалаврська підготовка допомагає перетворювати навчальні знання на конкурентні маркетингові рішення. Участь у таких конкурсах розвиває в студентів креативність, уміння презентувати ідею, аргументувати рішення та працювати з реальними бізнес-викликами.



19 травня 2026 року 14 травня студенти-маркетологи бакалаврського рівня взяли участь у Дні кар'єри ДУІКТ, де понад 30 компаній-роботодавців презентували вакансії, практики та стажування. Особливу увагу майбутніх маркетологів привернули пропозиції партнерів кафедри — JYSK, BROCARD, ТРЦ «Respublika Park», «Сільпо», а також «Київстар», lifecell, Huawei, Sense Bank та інших компаній. Захід допоміг бакалаврам зіставити набуті компетентності з реальними вимогами ринку праці та визначити можливі напрями професійного старту.



30 квітня 2026 року 28 квітня для бакалаврів і магістрів кафедри Маркетингу відбувся воркшоп від Анни Лисовець, очільниці відділу фінансових сервісів компанії «Київстар». Бакалаври обговорили, які soft skills потрібні для кар'єрного зростання, чому лідерство починається з ініціативи та відповідальності і як формувати професійну впевненість ще під час навчання. Зустріч дала студентам практичні орієнтири для розвитку комунікації, командної взаємодії та готовності брати на себе складні робочі завдання.



28 квітня 2026 року На кафедрі Маркетингу відбулася зустріч бакалаврів із HR Business Partner JYSK Іриною Строкач та її колегами, які презентували програму професійного стажування в міжнародній компанії. Студенти дізналися про програму «JYSK Стажер», що дозволяє поєднати бакалаврське навчання з реальним досвідом у ритейлі, роботою в команді та виконанням практичних бізнес-завдань. Такий формат допомагає майбутнім маркетологам ще до випуску сформувати портфоліо практичних компетентностей і краще зрозуміти вимоги роботодавця.



21 квітня 2026 року До 10-річчя кафедри Маркетингу студенти бакалаврського рівня створили відеоролик про власні студентські будні, навчання, командну роботу та практичні завдання. Під час підготовки контенту майбутні маркетологи самостійно працювали з ідеєю, сценарієм, візуальною подачею та командною координацією. Проєкт став прикладом практичного застосування креативних і комунікаційних навичок бакалаврів та показав, що професійна підготовка включає не лише теорію, а й створення реального цифрового контенту.



16 квітня 2026 року Студенти бакалаврського рівня разом із викладачами кафедри Маркетингу Вікторією Качмалою та Артемом Снітком провели виїзне навчальне заняття в інноваційному просторі Sens Hub. Бакалаври занурилися у сучасні підходи до маркетингових комунікацій, побачили професійний простір поза аудиторією та змогли зіставити навчальні моделі з практикою. Такий формат розвиває здатність аналізувати комунікаційні рішення, працювати з реальними кейсами й адаптувати теоретичні знання до бізнес-середовища.



7 квітня 2026 року На кафедрі Маркетингу бакалаври зустрілися з Людмилою Ячейною, керівницею напряму послуг відео та телебачення компанії «Київстар», під час заняття «Маркетинг-мікс: сучасні підходи та інструменти». На реальних кейсах компанії студенти розібрали, як поєднуються продукт, ціна, просування, комунікації та робота з аудиторією у digital-середовищі. Для бакалаврів це була можливість перевірити теоретичні знання на практиці та зрозуміти логіку прийняття маркетингових рішень у великому бізнесі.



6 квітня 2026 року Для студентів бакалаврського рівня відбувся воркшоп із корпоративної соціальної відповідальності від Олександри Ковтуненко, провідної фахівчині зі зв'язків із громадськістю та пресою компанії «Київстар». Бакалаври розглядали КСВ не як окрему благодійну активність, а як стратегічний інструмент формування довіри, репутації та Lovemark-бренду. Зустріч допомогла майбутнім маркетологам зрозуміти, як соціальна відповідальність інтегрується в бренд-стратегію та зовнішні комунікації компанії.



6 квітня 2026 року Під час святкування 10-річчя кафедри Маркетингу бакалаври різних курсів стали активними авторами творчої програми. Студенти четвертого курсу презентували відео про чотири роки навчання, практики й проекти, третій курс підготував відеоподяку викладачам, студентка другого курсу Діана Даниленко виступила з поезією, а першокурсники підготували відео та танцювальний номер Софії Косюк. Подія продемонструвала командність, креативність і сформовану професійну спільноту бакалаврів кафедри.



3 квітня 2026 року Для студентів бакалаврського рівня відбулася онлайн-лекція випускниці кафедри Марії Заєць — Frontend Software Engineer міжнародної IT-компанії Edvantis у Польщі. Бакалаври розібрали взаємозв'язок UI/UX, SEO та Accessibility: як структура сторінки й метадані впливають на пошукову видимість, а стандарти WCAG — на доступність цифрового продукту. Зустріч показала майбутнім маркетологам, чому ефективний сайт потребує одночасного розуміння користувацького досвіду, технічних вимог і маркетингових цілей.



2 квітня 2026 року На святкуванні 10-річчя кафедри Маркетингу було підбито підсумки розвитку бакалаврської підготовки та партнерства з роботодавцями. За десятиріччя кафедра двічі успішно пройшла акредитацію бакалаврської програми — у 2020 та 2025 роках, а представники університету, бізнесу, міжнародних партнерів і випускники відзначили якість підготовки студентів. Для нинішніх бакалаврів ювілей став нагадуванням, що їхня освіта формується в середовищі, де поєднані академічні знання, практика, міжнародна співпраця та професійні зв'язки.



27 березня 2026 року Кафедра Маркетингу розширила можливості практичної підготовки бакалаврів через співпрацю з HR-командою мережі «Сільпо» та програму стажування «Створи себе сам». Програма передбачає п'ятимісячну оплачувану роботу з гнучким графіком, реальні бізнес-завдання, підтримку менторів і можливість подальшого працевлаштування, зокрема у напрямі маркетингу. Для бакалаврів це можливість ще під час навчання перевірити власні компетентності в реальному бізнесі та отримати перший системний досвід роботи.



26 березня 2026 року У межах колабораційного навчання викладачі кафедри Маркетингу та команда «Київстар» провели для бакалаврів тренінг «Диференціація та позиціонування бренду». Доцент Ольга Ігнатенко разом із фахівцями Київстар ТБ розбирали зі студентами способи посилення конкурентних переваг на ринку OTT та IPTV-сервісів. Бакалаври працювали з реальним ринковим контекстом, аналізували позиціонування й отримали практичний досвід застосування стратегічних маркетингових інструментів.



24 березня 2026 року Студенти першого курсу бакалаврської програми «Маркетинг» у межах дисципліни «Діджитал-маркетинг» зустрілися із засновником і керівником digital-агентства UAMASTER Євгеном Шевченком. Спікер розповів про еволюцію маркетингових агенцій, власний професійний шлях, формування портфоліо, пошук першої роботи, розвиток особистого бренду та роль нетворкінгу. Для першокурсників лекція стала практичним орієнтиром, які навички й досвід потрібно накопичувати вже з початку бакалаврського навчання.



16 березня 2026 року Студенти першого і другого курсів бакалаврської програми прослухали лекцію команди KREAT «Тік-Ток: креатив, що допоможе заробляти в 2026 році». Режисер Владислав Романщак і маркетолог Євгеній Навроцький показали, як працює ТікТок-контент, чому платформа залишається важливим каналом для молоді аудиторії та як креатив пов'язується з бізнес-результатом. Бакалаври отримали практичні орієнтири для створення контенту, розуміння механіки платформи та роботи з digital-аудиторіями.



27 лютого 2026 року Студенти другого курсу бакалаврської програми «Маркетинг» презентували результати ознайомчої практики, яку проходили на підприємствах різних сфер — від малого бізнесу до компаній, що активно використовують цифрові інструменти. Під час захисту бакалаври аналізували діяльність організацій, маркетингові процеси та практичні завдання, з якими зіткнулися під час роботи. Практика дала можливість зіставити навчальні дисципліни з реальним бізнесом і сформувати перший професійний досвід ще на другому курсі.

