

Зведена інформація про зміни до освітньо-професійної програми «Міжнародний маркетинг» за спеціальністю D5-Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти (редакція 2026 р.)

Для оновлення освітньо-професійної програми «Міжнародний маркетинг» за спеціальністю D5-Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти рішенням Вченої ради Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій був схвалений склад робочої групи, затверджений наказом ректора.

Гарант освітньої програми – Дарчук Вероніка Геннадіївна, к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу

Члени робочої групи:

Совершенна Ірина Олексіївна, к.т.н., доцент; доцент кафедри маркетингу;

Ігнатенко Ольга Василівна, к.психол.н., доцент; доцент кафедри маркетингу;

Волкова Олена Алевтинівна, директор ТОВ «Ріал Дорс»;

Свиридюк Анастасія Володимирівна, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 «Маркетинг» ОПП «Міжнародний маркетинг»;

Майстренко Андрій Володимирович, випускник другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг»;

Снітко Артем Сергійович, випускник другого (магістерського) рівня вищої освіти 075 «Маркетинг», здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня 073 «Менеджмент».

Членами робочої групи проведено аналіз тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці та галузевого контексту з урахуванням міжнародної спрямованості ОП, глобалізації, цифрової трансформації маркетингу та вимог міжнародного ринку праці, а також враховані вимоги Державного стандарту вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженому наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 960; Професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» (код 2419.2) затвердженого 09.01.2025 р. ГО «Українська Асоціація Маркетингу»; Наказу ректора ДУІКТ від 18.02.2026 № 47 «Про підготовку та внесення змін до освітніх програм підготовки здобувачів вищої освіти».

У результаті цієї роботи оновлено освітньо-професійну програму «Міжнародний маркетинг» за спеціальністю D5-Маркетинг другого (магістерського) рівня вищої освіти. Програму затверджено Вченою радою Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій (протокол № 3 від 17 березня 2026 року) та введено в дію наказом ректора № 105 від 20 березня 2026 року з 1 вересня 2026 року.

УНІФІКОВАНА ТАБЛИЦЯ ІЗ ЗАУВАЖЕННЯМИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЯМИ СТЕЙКХОЛДЕРІВ
до освітньо-професійної програми «Міжнародний маркетинг» другого (магістерського) рівня вищої освіти (редакція 2026 р.)

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
Петровська Світлана Володимирівна	Директор Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУІКТ	Адміністрація	На виконання наказу ректора ДУІКТ додати ОК «Англійська мова для ділової комунікації»	Враховано Додали ОК «Англійська мова для ділової комунікації» у 1 семестрі (3 кредити) та 2 семестрі (3 кредити). (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Іщенко Ірина Петрівна	Директор Мережі бюро перекладів «Івіга»	Роботодавець	Підтримати ОК «Англійська мова для ділової комунікації» задля посилення конкурентних переваг випускників на ринку праці.	Враховано Пропозицію підтримано та реалізовано шляхом введення освітнього компонента до ОПП. (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Ромашенко Ольга Сергіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.е.н., доцент	Науково-педагогічний працівник	Звернули увагу на зростання ролі аналітики даних у міжнародному маркетингу та запропонували замінити ОК «Оцінка ефективності маркетингових рішень на міжнародних ринках» на ОК «Маркетингова аналітика та прийняття рішень».	Враховано ОК «Оцінка ефективності маркетингових рішень на міжнародних ринках» замінено на ОК «Маркетингова аналітика та прийняття рішень». (Рішення кафедри, протокол №10 від 16 лютого 2026 р.)
Ключник Владислав Олександрович	Директор ТОВ «Стіл Лайн»	Роботодавець		
Петровська Світлана Володимирівна	Директор Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУІКТ	Адміністрація	Уточнити назву ОК «Міжнародне управління маркетингом» з акцентом на її сучасний інноваційний зміст і цифрову спрямованість, враховуючи ринкові тенденції, вимоги робото-давців та необхідність оптимізації змістового наповнення ОП.	Враховано ОК перейменовано у «Маркетингове управління в цифровому середовищі» (Рішення кафедри, протокол №10 від 16 лютого 2026 р.)
Майстренко Андрій Володимирович	Випускник магістратури 2026 року ОП Маркетинг	Випускник, член робочої групи		
Ігнатенко Ольга Василівна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.психол.н., доцент	Науково-педагогічний працівник,	Уточнити зміст ОП шляхом заміни ОК «Технології міжкультурної комунікації» на	Враховано ОК «Технології міжкультурної комунікації» замінено на ОК «Поведінка споживачів у міжкультурному

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
		член робочої групи	ОК «Поведінка споживачів у міжкультурному середовищі», орієнтований на вивчення особливостей споживчої поведінки в різних країнах.	середовищі» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Свиридюк Анастасія Володимирівна	Магістр, група ММРДМ 51 ОП Міжнародний маркетинг	Здобувач вищої освіти, член робочої групи		
Совершенна Ірина Олексіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.т.н., доцент	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	Запропонувала перенести освітні компоненти «Цифрова глобальна економіка» та «Аналіз та оцінка кон'юнктури світового ринку» до блоку вибіркових дисциплін.	Враховано ОК «Цифрова глобальна економіка» та «Аналіз та оцінка кон'юнктури світового ринку» перенесено до блоку дисциплін вільного вибору здобувача вищої освіти. (Рішення кафедри, протокол №10 від 16 лютого 2026 р.)
Совершенна Ірина Олексіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.т.н., доцент	Науково-педагогічний працівник	Ініціювала заміну ОК «Аналіз та оцінка кон'юнктури світового ринку» на ОК «Міжнародні маркетингові дослідження та ринкові інсайти», орієнтовану на сучасні методи збору, аналізу та інтерпретації маркетингової інформації для прийняття управлінських рішень у міжнародному бізнесі.	Враховано Замінено ОК «Аналіз та оцінка кон'юнктури світового ринку» на ОК «Міжнародні маркетингові дослідження та ринкові інсайти». (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Ромашенко Ольга Сергіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.е.н., доцент	Науково-педагогічний працівник	Зазначили необхідність оновлення змісту ОК «Стратегії міжнародного маркетингу» з метою посилення практичної складової та формування компетентностей, затребуваних сучасними роботодавцями.	Враховано Зміст ОК «Стратегії міжнародного маркетингу» доповнено питаннями використання цифрових і аналітичних інструментів для прийняття стратегічних маркетингових рішень. (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Волкова Олена Алевтинівна	Директор ТОВ «Реал Дорс»	Роботодавець, член робочої групи		
Виноградова Олена	Завідувач кафедри маркетингу ДУІКТ,	Науково-педагогічний	Відповідно до оновленого змісту ОП з врахуванням	Враховано Зменшено кількість кредитів по ОК: «Маркетингове

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
Володимирівна	д.е.н., професор	працівник	додання у 1 та 2 семестрах нової ОК «Англійська мова для ділової комунікації» оновити структурно-логічну схему ОП та перерозподілити кредити ЄКТС.	управління в цифровому середовищі» з 4 до 3 кредитів ЄКТС, а також а також оптимізовано структуру освітньої програми шляхом інтеграції окремих освітніх компонентів і перенесення дисциплін «Цифрова глобальна економіка» та «Міжнародна комерційна логістика» до вибіркового блоку. (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Трохимець Олена Іванівна	Професор кафедри менеджменту та маркетингу Університету бізнесу в Катовіце (Республіка Польща), д.е.н., професор	Академічна спільнота	Уточнити «Основний фокус освітньої програми та спеціалізації» з урахуванням оновленого змісту освітніх компонентів, сучасних тенденцій розвитку міжнародного маркетингу та особливостей підготовки здобувачів у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій.	Враховано Враховано у такій редакції: <i>Підготовка професійно-компетентних, креативних, високоінтелектуальних фахівців, здатних працювати у сфері маркетингу на національному та міжнародному рівнях і забезпечувати європейський рівень надання маркетингових послуг на інноваційних засадах. Акцент зроблено на впровадженні інноваційних методів, маркетингової аналітики, міжнародних маркетингових досліджень і цифрових технологій у процесі здійснення міжнародної маркетингової діяльності на підприємствах, в установах та організаціях відповідно до сучасних вимог роботодавців.</i> (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Антонова Олена Михайлівна	Заступник директора Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУІКТ	Адміністрація ДУІКТ	Імплементувати посилені вимоги до антикорупційних і етичних компетенцій у редакції змісту компетентностей та програмних результатів навчання.	Враховано Уточнено ЗК9 у такій редакції: <i>Здатність діяти соціально відповідально, керуючись принципами доброчесності, професійної етики та неприпустимості корупції</i> Уточнено РН16 у такій редакції: <i>Дотримуватися норм професійної етики та академічної доброчесності; враховувати репутаційні та корупційні ризики при прийнятті маркетингових рішень</i> (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Дарчук Вероніка Геннадіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ,	Науково-педагогічний	Уточнити структурно-логічну схему ОП відповідно до	Враховано Структурно-логічну схему ОП удосконалено відповідно до логіки послідовного формування

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
	к.е.н., доцент	працівник, Гарант ОП	принципу послідовного формування професійних компетентностей та забезпечення логічної взаємозалежності освітніх компонентів.	професійних компетентностей. (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Дайновський Юрій Анатолійович	Професор кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету, д.е.н., професор	Академічна спільнота	Уніфікувати шифри фахових (спеціальних) компетентностей та програмних результатів навчання.	Враховано СК замінено на ФК, Р замінено на РН як в інш.ОП, (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Заячківська Галина Адамівна	Професор кафедри маркетингу та менеджменту Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту, д.е.н., професор	Академічна спільнота	Уточнити назву ОК «Організація проведення наукових досліджень у маркетингу» до «Методологія та організація наукових досліджень» з метою посилення методологічної складової та формування дослідницьких компетентностей здобувачів.	Враховано Назву ОК уточнено до «Методологія та організація наукових досліджень», що забезпечує акцент на методологічних засадах наукових досліджень та формуванні дослідницьких компетентностей здобувачів. (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Сьомкіна Тетяна Віталіївна	Професор кафедри маркетингу ДУІКТ, д.е.н., професор	Науково-педагогічний працівник		
Савицька Наталія Леонідівна	Завідувач кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом Державного біотехнологічного університету (Харків), д.е.н., професор	Академічна спільнота	Розширити формулювання компетентностей та програмних результатів навчання із фокусом на особливостях підготовки здобувачів на кафедрі маркетингу Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій	Враховано Враховано в оновленій ОПП, як: <i>ФК10. Здатність застосовувати цифрові та аналітичні інструменти для управління маркетинговою діяльністю на національному та міжнародному рівнях.</i> <i>ФК11. Здатність приймати стратегічні маркетингові рішення на основі маркетингової аналітики та управління даними в умовах глобального конкурентного середовища.</i> <i>РН16. Дотримуватися норм професійної етики та</i>

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
				академічної доброчесності; враховувати репутаційні та корупційні ризики при прийнятті маркетингових рішень. РН 17. Використовувати сучасні цифрові та аналітичні інструменти в управлінні маркетинговою діяльністю на національному та міжнародному рівнях. РН 18. Приймати стратегічно обґрунтовані рішення щодо розроблення та реалізації маркетингових стратегій на зарубіжних ринках з урахуванням міжкультурних та конкурентних особливостей глобального ринкового середовища. (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Сайко Руслан Петрович	Представник в Україні Johnson Controls International Sp. z o.o.	Роботодавець	Впровадити більше практичних кейсів із міжнародного бізнесу, що дозволить студентам глибше зрозуміти специфіку глобальних ринків	Враховано Використання прикладних кейсів із міжнародного бізнесу передбачено у змісті ОК «Міжнародні маркетингові дослідження та ринкові інсайти» (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Сайко Руслан Петрович	Представник в Україні Johnson Controls International Sp. z o.o.	Роботодавець	Активізувати участь студентів у програмах академічної мобільності, міжнародних конкурсах і наукових заходах	Враховано (на перспективу та поточне доопрацювання) Науково-педагогічні працівники кафедри проводять організаційну роботу зі здобувачами вищої освіти другого (магістерського) рівня задля залучення їх до програм академічної мобільності, міжнародних конкурсів студентських наукових робіт і проєктів. (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Новаченко Андрій Іванович	Маркетинг-директор Construction Machinery LTD	Роботодавець	Розширити використання англomовних дисциплін і навчальних матеріалів для підвищення рівня підготовки до роботи в міжнародному середовищі	Враховано (на перспективу та поточне доопрацювання) Передбачено посилення практичної англomовної складової через введення освітнього компонента «Англійська мова для ділової комунікації» (у 1 та 2 семестрах). Також запропоновано дисципліни вільного вибору студентів англійською мовою: ВК «Global Brand and Sales Management», ВК «International Commercial

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
				Logistics». (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Новаченко Андрій Іванович	Маркетинг-директор Construction Machinery LTD	Роботодавець	Посилити співпрацю з міжнародними компаніями та організаціями для забезпечення можливостей стажування здобувачів.	Враховано (на перспективу та поточне доопрацювання) Передбачено залучення до навчального процесу представників бізнесу з компаній-партнерів закордонних партнерів Johnson Controls International Sp. (Братислава, Словачька Республіка) та Construction Machinery LLC (Варна, Болгарія)) спрямоване на вдосконалення здобувачами професійних компетенцій та наближення підготовки до сучасних міжнародних вимог у фаховій спеціалізації. Проводиться робота із залучення зарубіжних компаній-партнерів кафедри до організації стажувань і практик для здобувачів. (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)

Гарант освітньої програми

Вероніка ДАРЧУК