

Зведена інформація про зміни до освітньо-наукової програми «Маркетинг» за спеціальністю D5-Маркетинг третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (редакція 2026 р.)

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

Гарант освітньої програми - Сьомкіна Тетяна Віталіївна, д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу

Члени робочої групи:

Виноградова Олена Володимирівна, д.е.н., професор; завідувач кафедри маркетингу

Дарчук Вероніка Геннадіївна, к.е.н., доцент; доцент кафедри маркетингу

Волкова Олена Алевтинівна, директор ТОВ «Ріал Дорс»

Ільницький Тарас Русланович, здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня 075 «Маркетинг»

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

Члени робочої групи провели детальний аналіз тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм. Під час розроблення ОНП було враховано пропозиції стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників, випускників, роботодавців, громадських організацій) та рекомендації акредитаційних комісій суміжних освітніх програм, а також вимоги нормативно-правових актів і внутрішніх документів, зокрема:

Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII;

постанов Кабінету Міністрів України:

«Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності» від 30.12.2015 № 1187 (у редакції постанови КМУ від 31.10.2023 № 1134);

«Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» від 12.01.2022 № 44 (у редакції постанови КМУ від 08.05.2024 № 516);

«Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» від 29.04.2015 № 266 (у редакції постанови КМУ від 25.02.2025 № 187);

«Про затвердження Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах)» від 23.03.2016 № 261 (у редакції постанови КМУ від 17.04.2025 № 422);

«Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 № 1341 (зі змінами, внесеними згідно з постановами КМУ від 12.06.2019 № 509, від 25.06.2020 № 519, від 11.06.2025 № 686);

наказів Міністерства освіти і науки України:

«Про затвердження Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти» від 15.05.2024 № 686 (zareєстрованого в Міністерстві юстиції України 04.07.2024 за № 1013/42358);

«Про затвердження Професійного стандарту «Викладач закладу вищої освіти»» від 16.10.2024 № 1466;

Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління і адміністрування для третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОН України від 07.04.2022 № 313;

внутрішніх нормативних документів ДУІКТ:

Положення про порядок підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій (затвердженого рішенням Вченої ради від 18.03.2025, протокол № 5, уведеного в дію наказом ректора від 31.03.2025 № 108, зі змінами);

Положення про запровадження та оновлення освітніх програм у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій (затвердженого рішенням Вченої ради від 28.02.2025, протокол № 3, уведеного в дію наказом ректора від 28.02.2025 № 72);

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-наукову програму «Маркетинг» за спеціальністю D5-Маркетинг третього (освітньо-наукового) 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 ОНП «Маркетинг» за спеціальністю D5-Маркетинг третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (редакція 2026 н.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 щодо посилення інтернаціоналізації освітнього процесу та підвищення рівня іншомовної компетентності наукових і науково-педагогічних кадрів. перейменувати ОК «Англійська мова наукового спрямування» зі збільшенням кредитів.	Враховано ОК перейменовано у «Англійська мова для наукової комунікації» та збільшено кредити до 6 ЄКТС. (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Ільницький Тарас Русланович	здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня 075 «Маркетинг»	Здобувач, член робочої групи	Збільшити кредити до 6 ЄКТС для ОК «Англійська мова для наукової комунікації» задля забезпечення інтеграції аспірантів у світовий науковий простір, підсилення конкурентних переваг на ринку праці та розширення можливостей міжнародної академічної мобільності.	
Поканевич Юрій Вікторович	Завідувач відділу аспірантури та докторантури	Адміністрація	Збільшити загальний обсяг освітньої складової ОНП до 48 кредитів для балансу структури підготовки здобувачів, з виділенням 12 кредитів на ВК (4 дисципліни по 3 кредити) згідно з п. 4.6 Положення про формування ІОТ ДУІКТ.	Враховано Загальний обсяг освітньої складової ОНП збільшено до 48 кредитів, у т.ч. 36 кредитів – обсяг блоку нормативних дисциплін 12 кредитів – обсяг блоку вибіркових дисциплін (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Виноградова Олена Володимирівна	Завідувач кафедри маркетингу ДУІКТ, д.е.н., професор	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи		
Сьомкіна Тетяна Віталіївна	Професор кафедри маркетингу ДУІКТ, д.е.н., професор	Науково-педагогічний працівник,	Об'єднати ОК «Філософські проблеми наукового пізнання» та ОК «Креативне мислення та	Враховано ОК «Філософські проблеми наукового пізнання» та ОК «Креативне мислення та науковий дискурс» реорганізовано

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
		гарант ОП «Маркетинг»	науковий дискурс» задля уникнення дублювання програмних результатів навчання та оптимізації структури освітньої складової.	шляхом об'єднання в ОК «Філософія науки, академічна етика та науковий дискурс» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Виноградова Олена Володимирівна	Завідувач кафедри маркетингу ДУІКТ, д.е.н., професор	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	Уточнити назву ОК «Методологія наукових досліджень» з наголосом на її більш сучасному інноваційному змісті та посилення прикладного аспекту організації наукової роботи аспірантів.	Враховано ОК перейменовано у «Сучасні наукові дослідження та організація науки» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Сидоренко Тетяна Михайлівна	Завідувач кафедри Журналістики та інформаційної діяльності, д.пед.н., доцент	Академічна спільнота	Уточнити назву ОК «Сучасні освітні технології у вищій школі» з наголосом на практико-орієнтованій підготовці аспірантів та опануванні передових методик викладання.	Враховано ОК перейменовано у «Педагогічна майстерність та сучасні освітні технології» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Виноградова Олена Володимирівна	Завідувач кафедри маркетингу ДУІКТ, д.е.н., професор	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	Збільшити обсяг ОК «Науково-педагогічна практика» до 6 кредитів ЄКТС за результатами аналізу звітів експертних груп НАЗЯВО з акредитації інших ОНП університету та з метою належного забезпечення формування практичних викладацьких компетентностей здобувачів.	Враховано Обсяг ОК «Науково-педагогічна практика» збільшено до 6 кредитів ЄКТС, що забезпечує посилення практичної складової підготовки та відповідає рекомендаціям експертів НАЗЯВО щодо запезпечення якості викладацької практики. (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Снітко Артем Сергійович	здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня 073 «Менеджмент»	Здобувач, член робочої групи	Підтримати ініціативу щодо збільшення обсягу ОК «Науково-педагогічна практика» до 6 кредитів ЄКТС задля посилення практико-орієнтованої викладацької підготовки здобувачів, розширення можливостей реального аудиторного навантаження та	

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
			якісного засвоєння сучасної методики викладання.	
Ромашенко Ольга Сергіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.е.н., доцент	Науково-педагогічний працівник	Уточнити назву ОК «Економетричні моделі в маркетингу» відповідно до її сучасного змісту, актуальної професійної термінології та збільшити кількість кредитів до 6.	Враховано ОК перейменовано у «Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях» та збільшено кредити до 6 ЄКТС. (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Волкова Олена Алевтинівна	Директор ТОВ «Реал Дорс»	Роботодавець, член робочої групи	Підтримати ініціативу з метою адаптації змісту підготовки здобувачів до реальних запитів бізнес-середовища та вимог ринку праці до фахівців з маркетингу.	
Дарчук Вероніка Геннадіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.е.н., доцент	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	Об'єднати ОК «Студії з маркетингу» та ОК «Глобальний маркетинг» задля посилення фокуса на методології формування стратегічних конкурентних переваг підприємств на національному та глобальному ринках.	Враховано ОК «Студії з маркетингу» та ОК «Глобальний маркетинг» інтегровано у ОК «Маркетингові стратегії та конкурентний розвиток» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Сьомкіна Тетяна Віталіївна	Професор кафедри маркетингу ДУІКТ, д.е.н., професор	Науково-педагогічний працівник, гарант ОП «Маркетинг»	Здійснити комплексну актуалізацію Передмови до ОНП шляхом оновлення її нормативно-правового підґрунтя відповідно до чинного законодавства України у сфері вищої освіти та підготовки наукових кадрів (із урахуванням останніх змін до Постанов КМУ та Наказів МОН України за 2024–2025 рр., а також Професійного стандарту викладача ЗВО).	Враховано Передмову до ОНП розширено та актуалізовано нормативно-правовими актами (Постанови КМУ № 1187, № 44, № 266, № 261, № 1341 зі змінами 2024–2025 рр., Накази МОН № 686 та № 1466 від 2024 р., Професійний стандарт викладача ЗВО). (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
Колосок Валерія Михайлівна	директор ННІ економіки та менеджменту ДВНЗ "Приазовський державний технічний університет", д.е.н., доцент	Академічна спільнота	Уточнити зміст ОП (Мета освітньої програми») з врахуванням особливостей підготовки здобувачів у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій	Враховано Враховано у такій редакції: <i>Підготовка висококваліфікованих конкурентоспроможних наукових та науково-педагогічних фахівців у сфері маркетингу, здатних до генерування нових знань, проведення самостійних наукових досліджень і розв'язання складних проблем дослідницько-інноваційного та прикладного характеру.</i> <i>Реалізація мети передбачає: формування системного наукового світогляду на основі філософії науки, етичних засад та культури наукового дискурсу, що базуються на принципах академічної доброчесності; опанування методологією сучасних наукових досліджень та засадами ефективної організації наукової діяльності у сфері маркетингу; формування педагогічної майстерності, оволодіння сучасними освітніми технологіями та набуття практичного досвіду науково-педагогічної діяльності у вищій школі; розвиток мовних компетентностей, достатніх для вільного представлення, обговорення та публікації результатів наукових досліджень у міжнародному академічному просторі англійською мовою; оволодіння сучасним інструментарієм цифрової аналітики в маркетингових дослідженнях для прийняття обґрунтованих рішень і розв'язання складних аналітичних завдань; здобуття глибинних знань щодо формування маркетингових стратегій та забезпечення конкурентного розвитку суб'єктів ринку в умовах цифрової трансформації</i> (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Трохимець Олена Іванівна	Професор кафедри менеджменту та маркетингу Університету бізнесу в Катовіце (Республіка Польща), д.е.н., професор	Академічна спільнота	З огляду на сучасний зміст освітніх компонентів, уточнити «Основний фокус освітньої програми та спеціалізації»	Враховано Враховано у такій редакції: <i>Підготовка висококваліфікованих, конкурентоспроможних наукових та науково-педагогічних, здатних до проведення самостійних наукових досліджень і розв'язання комплексних проблем у сфері маркетингу. Фокус програми зосереджено на застосуванні інструментарію цифрової аналітики в маркетингових дослідженнях, розробці маркетингових</i>

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
				<i>стратегій та забезпеченні конкурентного розвитку суб'єктів ринку в умовах цифрової трансформації; оволодінні культурою наукового дискурсу та професійною англійською мовою для міжнародної наукової комунікації із суворим дотриманням високих стандартів академічної етики та доброчесності.</i> <i>Ключові слова: цифрова аналітика в маркетингу; маркетингові стратегії; конкурентний розвиток; науковий дискурс та академічна етика; сучасні освітні технології; англійська наукова комунікація; організація наукових досліджень.</i> (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 (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 етичних компетенцій у редакції змісту компетентностей та програмних результатів навчання.	Враховано Враховано в оновленій ОПП, як: <i>ЗК 05 Здатність до академічної взаємодії, ведення наукового дискурсу та провадження дослідницької діяльності на засадах академічної доброчесності</i> <i>РН10 Застосовувати принципи академічної доброчесності та стандарти етики у провадженні наукових досліджень і веденні академічного дискурсу.</i> (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Савицька Наталія Леонідівна	Завідувач кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом Державного	Академічна спільнота	Уточнити 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>ФК09. Здатність проєктувати архітектуру маркетингових досліджень на основі інструментарію цифрової аналітики та використовувати отримані результати для організації наукової діяльності і обґрунтування стратегічних рішень.</i>

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
	біотехнологічного університету (Харків), д.е.н., професор			ФК10. Здатність розробляти інноваційні маркетингові стратегії та моделі конкурентного розвитку суб'єктів ринку в умовах невизначеності РН11 Застосовувати інструментарій цифрової аналітики у маркетингових дослідженнях та використовувати отримані результати для обґрунтування стратегічних і наукових рішень РН12 Розробляти та обґрунтовувати інноваційні маркетингові стратегії та адаптивні моделі конкурентного розвитку суб'єктів ринку в умовах високодинамічного середовища й невизначеності. (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Новаченко Андрій Іванович	Маркетинг-директор Construction Machinery LTD	Роботодавець	У межах науково-педагогічної практики запровадити формат «Business Case Study Research».	Враховано (на перспективу та поточне доопрацювання) Зміни внесено до силабусу ОК «Науково-педагогічна практика». До переліку завдань практики додано розробку та проведення практичного заняття за методикою Business Case Study Research на основі реальних маркетингових завдань компаній-партнерів (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Лищенко Маргарита Олександрівна,	Сумський національний аграрний університет, проректор з науково-педагогічної та навчальної роботи, д. е. н, професор	Академічна спільнота	Для посилення міжнародної складової рекомендується заохочувати аспірантів до вибору дисциплін вільного вибору, що викладаються англійською мовою. Також рекомендуємо посилити міжнародну складову шляхом заохочення аспірантів до участі в міжнародних грантових програмах та стажуваннях	Враховано (на перспективу та поточне доопрацювання) Аспірантів ознайомлено з каталогом англomовних вибірових дисциплін університету. Розроблено та впроваджено систему регулярного інформування здобувачів про актуальні міжнародні гранти, конкурси та стажування. Мотивація до участі в міжнародних програмах зафіксована як один із пріоритетів науково-дослідної роботи аспірантів (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Дайновський Юрій Анатолійович	Професор кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного	Академічна спільнота	Рекомендується в межах вивчення ОК «Цифрова аналітика у маркетингових дослідженнях» передбачити можливість використання відкритих датасетів	Враховано Внесено відповідні корективи до Силабусу навчальної дисципліни, передбачивши практичні кейси на основі деанонімізованих даних компаній-партнерів кафедри та

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
	університету, д.е.н., професор			
Басій Наталя Федорівна	Завідувач кафедри маркетингу Львівського торговельно-економічного університету, к.е.н., професор		реальних компаній-партнерів для проведення емпіричних досліджень аспірантів. Це дозволить посилити практичну цінність дисертаційних робіт.	відкритих аналітичних джерел для посилення практичної цінності дисертацій аспірантів. (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)

Гарант освітньої програми



Тетяна СЬОМКИНА