

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

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

Гарант освітньої програми - Воскобоева Олена Володимирівна, к.е.н., доцент; доцент кафедри маркетингу.

Члени робочої групи:

Ромашенко Ольга Сергіївна, к.е.н., доцент; доцент кафедри маркетингу;

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

Волкова Олена Алевтинівна, директор ТОВ «Ріал Дорс»;

Снітко Артем Сергійович, старший викладач, випускник другого (магістерського) рівня вищої освіти 075 «Маркетинг»;

Макаренко Діана Юріївна, здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг»

Членами робочої групи був проведений ґрунтовний аналіз ринку праці digital-сфери, запитів ІТ-компаній, digital-агентств та рекомендацій академічних партнерів (Construction Machinery LTD; ТОВ «Compressors International»; Торговий дім «Стіл Лайн»); а також враховані вимоги Державного стандарту вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг», затвердженого наказом МОН України від 15.12.2018 р. № 1343; 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»; Наказу ректора ДУІКТ від 08.09.2026 № 384 «Про введення в дію рішень Вченої ради Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій від 08 вересня 2026 року (протокол №7)» у зв'язку із введенням освітнього компонента «Основи національного спротиву» відповідно до Закону України «Про основи національного спротиву» та наказу Міністерства освіти і науки України від 30.06.2026 № 1002 «Про затвердження Типової програми навчальної дисципліни «Основи національного спротиву»; рекомендацій акредитаційних комісій ОП «Маркетинг» та суміжних освітніх програм; пропозицій стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників, випускників, роботодавців, громадської організації); тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм.

У результаті цієї роботи оновлено освітньо-професійну програму «Digital-маркетинг» за спеціальністю D5-Маркетинг першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Програму затверджено Вченою радою Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій (протокол № 7 від 08 вересня 2026 р.) та введено в дію наказом ректора №384 від 08 вересня 2026 р.

**УНІФІКОВАНА ТАБЛИЦЯ ІЗ ЗАУВАЖЕННЯМИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЯМИ СТЕЙКХОЛДЕРІВ
до освітньо-професійної програми «Digital-маркетинг» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти (редакція 2026)**

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	З метою посилення практичної складової володіння професійною англійською мовою, розвиток навичок міжнародної ділової комунікації та на виконання наказу ректора ДУІКТ збільшити обсяг мовної підготовки та включити ОК «Англійська мова для професійної комунікації» – для студентів 1, 2, 3 курсів та «Англійська мова: комунікативний практикум» – для студентів 4 курсу .	Враховано включено ОК «Англійська мова для професійної комунікації» — для студентів 1, 2, 3 курсів; включено ОК «Англійська мова: комунікативний практикум» — для студентів 4 курсу. (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Іщенко Ірина Петрівна	Директор Мережі бюро перекладів «Івіга»	Роботодавець	Підтримати пропозицію адміністрації задля посилення конкурентних переваг випускників на ринку праці.	Враховано Пропозицію підтримано та реалізовано шляхом введення ОК до ОПП. (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Воскобоева Олена Володимирівна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.е.н., доцент	Науково- педагогічний працівник, гарант ОП «Digital- маркетинг»	Оновити та перейменувати назви профільних дисциплін для їхньої точнішої digital-орієнтації: ОК «Маркетингові комунікації» як «Цифрові маркетингові комунікації»; ключову підсумкову дисципліну розширити та назвати «Маркетингове планування діяльності підприємства у цифровому середовищі» (із відповідною курсовою роботою).	Враховано Уточнено назву та зміст ОК «Психологія маркетингу» як ОК «Практикум з психології маркетингу» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Ігнатенко Ольга Василівна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.психол.н., доцент	Науково- педагогічний працівник	Перейменувати ОК «Психологія маркетингу» на «Практикум з психології маркетингу» з метою посилення практико-орієнтованого підходу, формування у здобувачів прикладних навичок аналізу поведінки споживачів та прийняття рішень через перерозподіл аудиторного навантаження на користь практичних занять.	Враховано Уточнено назву та зміст ОК «Психологія маркетингу» як ОК «Практикум з психології маркетингу» та перерозподілено лекційні години на практичні заняття (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Волкова Олена Алевтинівна	Директор ТОВ «Ріал Дорс»	Роботодавець, член робочої групи	Перейменувати ОК «Хмарні технології» на «Хмарні сервіси для бізнесу та маркетингу» з метою посилення практично-фахової	Враховано

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
			спрямованості відповідно до наявної потреби у конкретизації сфер застосування хмарних інструментів відповідно до вимог цифрового маркетингу та бізнес-середовища.	Уточнено назву та зміст ОК «Хмарні технології» як ОК «Хмарні сервіси для бізнесу та маркетингу» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Снітко Артем Сергійович	Старший викладач, здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня 073 «Менеджмент»	Науково-педагогічний працівник, здобувач	Перейменувати ОК «Штучний інтелект» для відображення маркетингового спрямування, враховуючи необхідність адаптації навчального матеріалу під профільні завдання маркетологів та використання технологій ШІ в маркетинговій діяльності	Враховано Уточнено назву та зміст ОК «Штучний інтелект» як ОК «Штучний інтелект в маркетингу» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Новаченко Андрій Іванович	Маркетинг-директор Construction Machinery LTD	Роботодавець	Оновити назву та зміст ОК «Основи презентації та візуалізації інформації» відповідно до актуальних вимог професійного стандарту і ринку праці. Зміщення фокусу на сучасні тренди роботи з даними, створення маркетингового контенту та навички сторітелінгу для ефективної комунікації з цільовими аудиторіями	Враховано Уточнено назву та зміст ОК «Основи презентації та візуалізації інформації т» як ОК «Візуалізація маркетингових даних і сторітелінг» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Ромащенко Ольга Сергіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.е.н., доцент	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	З метою оптимізації обов'язкового циклу підготовки, уникнення дублювання змістових модулів, враховуючи стрімку еволюцію екосистем цифрових платформ та появу нових технологічних рішень на ринку пропонується винесення ОК «Екосистеми цифрових платформ» у формат вибіркового ОК, що дозволить гнучко адаптувати його контент під актуальні запити роботодавців без необхідності глобального перегляду всієї ОПП.	Враховано ОК «Екосистеми цифрових платформ» перенесено до блоку ОК вільного вибору здобувачів. (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Виноградова Олена Володимирівна	Завідувач кафедри маркетингу ДУІКТ, д.е.н., професор	Науково-педагогічний працівник	Відповідно до оновленого змісту ОП з врахуванням ОК основного блоку «Англійська мова для професійної комунікації» для студентів 1, 2, 3 курсів; та ОК основного блоку «Англійська мова: комунікативний практикум» для студентів 4 курсу. оновити структурно-	Враховано Оновлено структурно-логічну схему ОПП. Перерозподіл обсягу кредитів між освітніми компонентами циклу загальної та професійної підготовки відображено в оновленому Переліку компонент ОПП та Матрицях забезпечення

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
			логічну схему ОП та перерозподілити кредити ЄКТС.	ПРН і компетентностей. (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	Розширити теоретичний зміст та інструментарій предметної області програми шляхом включення питань правового й етичного регулювання Digital-маркетингу, а також посилити технологічну складову через роботу з великими даними (Big Data), хмарними сервісами, штучним інтелектом і спеціалізованими інформаційними системами	Враховано У п. 3 «Характеристика освітньої програми / Опис предметної області») розширено теоретичний зміст (додано правові та етичні аспекти, новітні технології) та деталізовано використання сучасних універсальних і спеціалізованих інформаційних систем і програмних продуктів.. (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Балабаниць Анжеліка Володимирівна	Завідувач кафедри маркетингу та туризму Маріупольського державного університету, д-р. екон. наук, проф.	Академічна спільнота	Уточнити та конкретизувати мету освітньо-професійної програми, зробивши її формулювання більш академічно зрілим і структурованим, а також акцентувати увагу на підготовці висококваліфікованих фахівців, здатних розробляти й реалізовувати цифрові маркетингові стратегії в умовах високої динаміки та швидко змінюваного цифрового середовища.	Враховано Мету ОП викладено в оновленій редакції: «Метою освітньої програми є підготовка висококваліфікованих фахівців, здатних успішно розробляти та реалізовувати цифрові маркетингові стратегії, використовуючи сучасні інструменти і технології, для досягнення конкурентоспроможності та ефективності бізнесу в умовах швидко змінюваного цифрового середовища» (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Савицька Наталія Леонідівна	Завідувач кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом Державного біотехнологічного університету (Харків) , д.е.н., професор	Академічна спільнота	Посилити євроінтеграційну та професійну спрямованість програми, орієнтувавши фокус підготовки на забезпечення європейського рівня надання маркетингових послуг та високу відповідність вимогам сучасних роботодавців	Враховано У п. 3 «Основний фокус освітньої програми та спеціалізації») оновлено акценти підготовки: визначено спрямованість на підготовку високоінтелектуальних фахівців, здатних забезпечувати високий рівень надання маркетингових послуг та впроваджувати інноваційні цифрові маркетингові стратегії відповідно до сучасних вимог роботодавців та стандартів європейського рівня (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Колосок Валерія Михайлівна	Директор ННІ економіки та менеджменту ДВНЗ	Академічна спільнота	Уточнити та розширити формулювання фахових компетентностей з метою відображення наскрізного характеру	Враховано У п. 6 «Програмні компетентності / Спеціальні (фахові) компетентності») внесено зміни до

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
	"Приазовський державний технічний університет", д-р. екон. наук, доцент.		цифрових інструментів та концепції омніканальності. Зокрема: розширити сферу застосування CRM-систем у ФК 15 від роботи виключно з постачальниками до управління взаємодією з усім колом стейкхолдерів (партнерами, клієнтами, споживачами); конкретизувати ФК 16 шляхом включення етапів планування, реалізації та оцінювання ефективності просування як в онлайн-, так і в офлайн-середовищі; акцентувати у ФК 17 та ФК 18 на обов'язковому використанні сучасних цифрових платформ, аналітичних систем та інформаційних технологій для оптимізації маркетингових, комунікаційних і управлінських процесів.	формулювань ФК 15 – ФК 18. у такій редакції <i>ФК 15. Здатність організовувати та ефективно управляти взаємодією з постачальниками, партнерами, клієнтами та споживачами із використанням CRM-систем та інших цифрових інструментів, формувати ефективні логістичні та комунікаційні схеми забезпечення маркетингової діяльності підприємства.</i> <i>ФК 16. Здатність застосовувати сучасні цифрові маркетингові технології та інструменти для планування, реалізації та оцінювання ефективності просування і продажу продукції (послуг), а також управління взаємодією з цільовими аудиторіями в онлайн- та офлайн-середовищі.</i> <i>ФК 17. Здатність здійснювати комплексне планування маркетингової діяльності підприємства на основі аналізу ринкових тенденцій, поведінки споживачів, конкурентного середовища та використання сучасних цифрових маркетингових інструментів і платформ.</i> <i>ФК 18. Здатність аналізувати, проектувати та інтегрувати цифрові платформи у бізнес-екосистему підприємства, застосовуючи сучасні інформаційні технології, цифрові маркетингові інструменти та аналітичні системи для оптимізації маркетингових, комунікаційних і управлінських процесів.</i> (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Ключник Владислав Миколайович	Директор ТОВ «Стил Лайн»	Роботодавець	Стрімка цифровізація бізнес-процесів вимагає від сучасних маркетологів глибоких практичних навичок роботи з великими масивами даних (Big Data), веб-аналітикою та платформами	До п. 6 «Програмні компетентності / Спеціальні (фахові) компетентності») додано нові ФК 19-ФК20 у такій редакції:

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
			автоматизації, що робить необхідним введення додаткових компетентностей. Пропонується прописати у додаткових компетенціях такі моменти: Компетентність ФК 19 має врахувати потребу ринку у фахівцях, здатних не просто реалізувати кампанії, а обґрунтовувати управлінські рішення виключно на основі точних даних веб-аналітики та оцінювання їхньої ефективності. Компетентність ФК 20 - практичне опанування новітніх технологій (штучного інтелекту, інструментів автоматизації та сучасних digital-платформ), які на сьогодні є базовим робочим інструментом у провідних маркетингових агентствах і компаніях.	<i>ФК 19. Здатність аналізувати поведінку споживачів у цифровому середовищі, використовувати інструменти веб-аналітики, маркетингової аналітики та обробки даних для оцінювання ефективності маркетингових кампаній і прийняття управлінських рішень.</i> <i>ФК 20. Здатність розробляти та реалізовувати стратегії digital-маркетингу із застосуванням сучасних цифрових платформ, інструментів автоматизації маркетингу, штучного інтелекту та аналітичних систем для підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства.</i> (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Петровська Світлана Володимирівна	Директор Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУІКТ	Адміністрація	На виконання наказу ректора у зв'язку із введенням ОК «Основи національного спротиву» відповідно до Закону України «Про основи національного спротиву» та наказу МОН України від 30.06.2026 № 1002 «Про затвердження Типової програми навчальної дисципліни «Основи національного спротиву» внести відповідні зміни.	Враховано До циклу обов'язкових компонент загальної підготовки включено освітній компонент ОК 1 «Основи національного спротиву» обсягом 5 кредитів ЄКТС. Відповідно внесено зміни до структурно-логічної схеми, навчального плану та матриць відповідності.). (Рішення кафедри, протокол 1 від 01 вересня 2026 р.)
Виноградова Олена Володимирівна	Завідувач кафедри маркетингу ДУІКТ, д.е.н., професор	Науково-педагогічний працівник, гарант ОП «Маркетинг»	Відповідно до оновленого змісту ОП з врахуванням додання у 1 семестрі нової ОК «Основи національного спротиву» оновити структурно-логічну схему ОП та перерозподілити кредити ЄКТС.	Враховано Оновлено структурно-логічну схему ОПП. Перерозподіл обсягу кредитів між освітніми компонентами циклу загальної та професійної підготовки відображено в оновленому Переліку компонент ОПП та Матрицях забезпечення ПРН і компетентностей. ((Рішення кафедри, протокол 1 від 01 вересня 2026 р.)

Гарант освітньої програми



Олена ВОСКОБОВА