

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

Для оновлення освітньо-професійної програми «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 - Виноградова Олена Володимирівна, д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу

Члени робочої групи:

Воскобоєва Олена Володимирівна, к.е.н., доцент; доцент кафедри маркетингу

Качмала Вікторія Іванівна, к.іст.н., доцент; доцент кафедри маркетингу

Волкова Олена Алевтинівна, директор ТОВ «Ріал Дорс»

Ярова Дар'я Олексіївна, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D5 «Маркетинг» ОПП «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 був проведений детальний аналіз тенденцій розвитку спеціальності, ринку праці, галузевого контексту, а також досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм; пропозиції стейкхолдерів (здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників, випускників, роботодавців, громадської організації); рекомендації акредитаційних комісій суміжних освітніх програм; 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 «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 «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.)
Ромащенко Ольга Сергіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.е.н., доцент	Науково-педагогічний працівник	Об'єднати ОК «Маркетинговий аналіз» та ОК «Оцінка ефективності маркетингових рішень»	Враховано ОК «Маркетинговий аналіз» та ОК «Оцінка ефективності маркетингових рішень» замінено на ОК «Маркетингова аналітика та прийняття рішень» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Петровська Світлана Володимирівна	Директор Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва ДУІКТ	Адміністрація	Уточнити назву ОК «Маркетинговий менеджмент» з наголосом на її більш сучасному інноваційному змісті	Враховано ОК перейменовано у «Маркетингове управління в цифровому середовищі» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Ключник Владислав Олександрович	Директор ТОВ «Стіл Лайн»	Роботодавець	Підтримати перейменування ОК задля відображення сучасних вимог до навичок випускника (робота з даними, автоматизація, штучний інтелект та цифрові екосистеми).	Враховано Пропозицію роботодавця враховано при оновленні назви освітнього компонента. (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Качмала Вікторія Іванівна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.іст.н., доцент	Науково-педагогічний працівник, член робочої групи	Уточнити назву ОК «Бенчмаркінг» з акцентом на інтеграції інструментів бенчмаркінгу в процес формування довгострокової конкурентної стратегії підприємства	Враховано ОК перейменовано у «Стратегічний бенчмаркінг» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Сьомкіна Тетяна Віталіївна	Професор кафедри маркетингу ДУІКТ,	Науково-педагогічний	Уточнити назву ОК «Інноваційні технології в маркетинговій	Враховано ОК перейменовано у «Інноваційний маркетинг, стартапи

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
	д.е.н., професор	працівник	діяльності» з фокусом на управлінні інноваціями як цілісною системою: від розробки інноваційного продукту та його маркетингового супроводу до створення власного бізнесу (стартапу) та захисту його активів (інтелектуальної власності).	та інтелектуальна власність» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Ярова Дар'я Олексіївна	Магістр, група МРДМ 51 ОП Маркетинг	Здобувач вищої освіти, член робочої групи		
Майстренко Андрій Володимирович	Випускник магістратури 2026 року ОП Маркетинг	Випускник, член робочої групи		
Совершенна Ірина Олексіївна	Доцент кафедри маркетингу ДУІКТ, к.т.н., доцент	Науково-педагогічний працівник	Перенести ОК «Сучасні бізнес-моделі в маркетингу» до блоку вибіркових дисциплін. До нормативного блоку додати ОК «Маркетингові дослідження та ринкові інсайти» для посилення аналітичної підготовки здобувачів.	Враховано ОК «Сучасні бізнес-моделі в маркетингу» перенесено до блоку дисциплін вільного вибору здобувача вищої освіти. Додано ОК «Маркетингові дослідження та ринкові інсайти». (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Сьомкіна Тетяна Віталіївна	Професор кафедри маркетингу ДУІКТ, д.е.н., професор	Науково-педагогічний працівник	Уточнити назву ОК «Маркетинг взаємодії» відповідно до її сучасного змісту, актуальної професійної термінології та запитів ринку праці	Враховано ОК перейменовано у «Управління клієнтським досвідом та лояльністю» (Рішення кафедри, протокол № 10 від 16 лютого 2026 р.)
Волкова Олена Алевтинівна	Директор ТОВ «Реал Дорс»	Роботодавець, член робочої групи		
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 та 2 семестрах нової ОК «Англійська мова для ділової комунікації» оновити структурно-логічну схему ОП та перерозподілити кредити ЄКТС.	Враховано Зменшено кількість кредитів по ОК: «Стратегічний бенчмаркінг» (стара назва «Бенчмаркінг») з 4 до 3 кредитів; «Маркетингове управління в цифровому середовищі» (стара назва «Маркетинговий менеджмент») з 4 до 3 кредитів. Інтегровано ОК «Маркетинговий аналіз» (4 кредити) та ОК «Оцінка ефективності маркетингових рішень» (4 кредити) у ОК «Маркетингова аналітика та прийняття рішень» (4 кредити). (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
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 професійно-компетентних, креативних, високоінтелектуальних фахівців, здатних працювати у сфері маркетингу, проводити глибокі маркетингові дослідження, генерувати ринкові інсайти та впроваджувати цифрові технології управління маркетинговою діяльністю. Програма базується на аналітично-орієнтованому управлінні, клієнтоцентрованості, управлінні клієнтським досвідом та інноваційності маркетингових процесів для забезпечення стратегічної стійкості та високої конкурентоспроможності бізнесу в умовах глобальних трансформацій.</i> (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Снітко Артем Сергійович	Старший викладач, здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня ОНП «Менеджмент»	Науково-педагогічний працівник, випускник ОП «Маркетинг», член робочої групи	Уточнити зміст ОП («Основний фокус освітньої програми та спеціалізації») з врахуванням особливостей підготовки здобувачів у Державному університеті інформаційно-комунікаційних технологій	
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 <i>Здатність діяти соціально відповідально, керуючись принципами доброчесності, професійної етики та неприпустимості корупції</i> Уточнено РН16. <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.)
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» з доданням методології	Враховано ОК перейменовано у «Організація та методологія проведення наукових досліджень» (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)

Прізвище, ім'я по батькові	Посада	Статус	Суть пропозиції (рекомендації)	Результат обговорення та врахування у ОПП
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>ФК 9. Здатність до управління клієнтським досвідом та формування довгострокової лояльності в цифровому середовищі.</i> <i>ФК 10. Здатність до розробки та комерціалізації маркетингових інновацій та стартап-проектів.</i> <i>РН17. Впроваджувати цифрові стратегії управління клієнтським досвідом та лояльністю.</i> <i>РН18. Обґрунтовувати стратегії комерціалізації маркетингових інновацій та стартап-проектів</i> (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Павлов Олександр Львович	Директор ТОВ («Compressors International»)	Роботодавець	Розширити використання прикладних кейсів щодо цифрової трансформації сервісного обслуговування в межах дисципліни «Маркетингове управління в цифровому середовищі»	Враховано У змісті ОК «Маркетингове управління в цифровому середовищі» буде передбачено використання кейсів щодо цифрової трансформації сервісного обслуговування у межах теми 1 «Цифрова трансформація бізнесу та архітектура цифрових бізнес-моделей» (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)
Сайко Руслан Петрович	Представник в Україні Johnson Controls International Sp. z o.o.	Роботодавець	Інтегрувати у навчальний процес можливість отримання професійних сертифікатів від провідних технологічних гігантів (Google, HubSpot, Salesforce або IBM) через перезарахування результатів неформальної освіти в межах вибіркових дисциплін.	Враховано У силабусах вибіркових дисциплін передбачено механізм визнання та перезарахування результатів неформальної освіти відповідно до Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті ДУІКТ. Рекомендації щодо проходження відповідних курсів та критерії їх зарахування внесені до силабусів дисциплін «Інтерактивний маркетинг»; «B2B Маркетинг». (Рішення кафедри, протокол № 11 від 12 березня 2026 р.)

Гарант освітньої програми



Олена ВІНОГРАДОВА