



КАФЕДРА
МАРКЕТИНГУ

Навчально- наукова активність магістрів

у 2024 році

Основні події,
практичні активності
та результати року



Події року: огляд і посилення (1/3)

ДАТА ПУБЛІКАЦІЇ	ПОДІЯ
02-01	<u>Соціальна відповідальність – ключовий чинник успішного кар'єрного розвитку маркетолога</u>
19-01	<u>Високий рівень підготовки магістрів-маркетологів – запорука успішного майбутнього</u>
31-01	<u>Кафедра маркетингу щиро вітає випускників магістрів – маркетологів з отриманням дипломів!</u>
02-02	<u>Зустріч студентів та випускників спеціальності «Маркетинг» з провідними фахівцями компанії «Pro-Consulting»</u>
04-04	<u>Магістри-маркетологи прокачують hard, digital & soft skills через сучасні технології стратегічного системного мислення</u>

Події року: огляд і посилення (2/3)

ДАТА ПУБЛІКАЦІЇ	ПОДІЯ
09-04	<u>Відбулася гостьова лекція для маркетологів «МОНІТОРИНГ ТА АНАЛІЗ РЕПУТАЦІЇ БРЕНДУ В ЗМІ ТА СОЦМЕРЕЖАХ»</u>
22-04	<u>Урок соціальної відповідальності – науковці та здобувачі ДУІКТ взяли участь у засіданні Круглого столу «Маркетинг і екологічні виклики»</u>
29-04	<u>Наукова праця студентки ДУІКТ визнана однією з кращих робіт найпотужніших університетів України та ЄС</u>
09-05	<u>Представниця ДУІКТ посіла II місце у міжнародному конкурсі наукових робіт з маркетингу</u>
01-06	<u>Опитування магістрів першого року навчання. Оцінка якості освіти та практичної підготовки</u>

Події року: огляд і посилення (3/3)

ДАТА ПУБЛІКАЦІЇ	ПОДІЯ
07-06	<u>«Маркетинг майбутнього: виклики та реалії»: ДУІКТ приєднався до обговорення гострих тем на міжнародній конференції</u>
07-10	<u>Як використовувати інструменти аналітики в сучасному Інтернет-маркетингу: корисна лекція від маркетолога Genius Space</u>
28-11	<u>«Як управляти IT-продуктом» - студенти ДУІКТ відвідали онлайн-лекцію із Лондону</u>
05-12	<u>Кафедра Маркетингу взяла участь у тренінгу "Реклама без стереотипів: навчання свідомого підходу"</u>
09-12	<u>Традиції, натхнення та яскраві емоції: в ДУІКТ відсвяткували День маркетолога 2024</u>
10-12	<u>Опитування магістрів другого року навчання щодо якості освітньої програми</u>

Соціально-відповідальний маркетинг

На кафедрі Маркетингу було висвітлено важливість соціальної відповідальності у професійній підготовці майбутніх маркетологів. У межах дисципліни «Соціально-відповідальний маркетинг» під керівництвом лектора — к.е.н., доцента Єсмаханової Алуа Умурзаківни здобувачі вищої освіти обговорювали етичні та соціальні аспекти діяльності маркетолога, аналізували приклади соціально спрямованих кампаній та методи підвищення суспільної свідомості. Такий підхід сприяє формуванню відповідального професійного мислення та підготовці студентів до успішного кар'єрного розвитку у сфері маркетингу.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Захист кваліфікаційних робіт

19 січня 2024 року магістри-маркетологи завершили захист кваліфікаційних робіт та продемонстрували готовність самостійно вирішувати складні професійні й дослідницькі завдання у сфері маркетингу. Під час захистів здобувачі представляли результати власних досліджень, обґрунтовували практичні рекомендації та показували вміння поєднувати теоретичні підходи з управлінськими рішеннями для ринкових суб'єктів. Високий рівень підготовки випускників став підсумком магістерської програми та підтвердив сформованість дослідницьких, аналітичних і стратегічних компетентностей.



**Високий рівень підготовки магістрів-маркетологів
— запорука успішного майбутнього!**

[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Випуск магістрів-маркетологів

31 січня 2024 року тринадцять випускників магістерської програми спеціальності 075 «Маркетинг» отримали дипломи під час урочистого випуску в ДУІКТ. Дипломи з відзнакою здобули Степан Бондаренко, Назар Поліщук, Анастасія Рижа та Богдана Сухомлінова. Випускників привітали ректор Володимир Толубко, директор Інституту менеджменту та підприємництва Сергій Федюнін і стейкхолдер освітніх програм Олександр Северін; для магістрів ця подія завершила другий освітній рівень і відкрила етап професійної реалізації та можливого продовження навчання в аспірантурі.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Зустріч із фахівцями Pro-Consulting

31 січня 2024 року магістранти та випускники спеціальності «Маркетинг» зустрілися з фахівцями компанії Pro-Consulting - старшим консультантом Андрієм Мокряковим та спеціалісткою з розвитку бізнесу Валерією Андріяш. Представники компанії розповіли про виробничу практику, стажування та можливість подальшого працевлаштування; програма включала аналіз баз даних, асортименту, споживачів і ринкових тенденцій, брендинг, рекламу, висновки та прогнози. Для магістрів це був прямий зв'язок між навчанням, практичним маркетинговим дослідженням і професійним стартом у консалтингу.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Стратегічне системне мислення

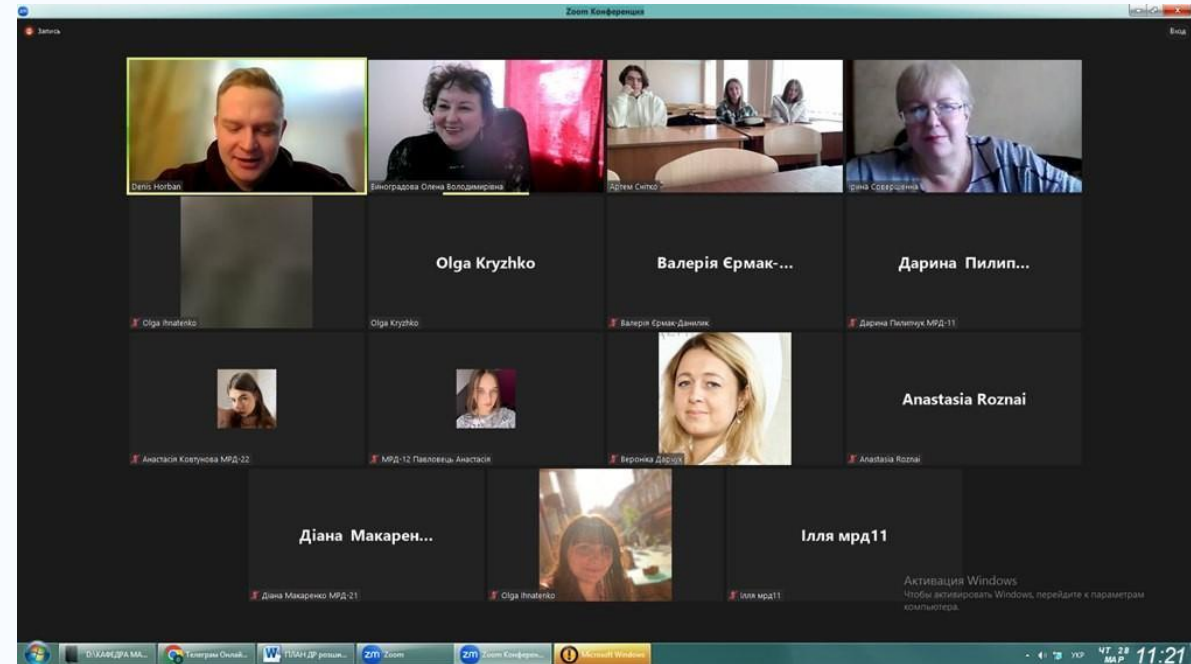
Магістри-маркетологи працювали над розвитком hard, digital і soft skills через технології стратегічного системного мислення. У межах магістерської підготовки особливу увагу приділили моделям поведінки бізнесу в конкурентному середовищі, розвитку управлінської інтуїції, умінню відстежувати ринкові тенденції та формувати перспективне бачення стратегій.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Репутація бренду в ЗМІ та соцмережах

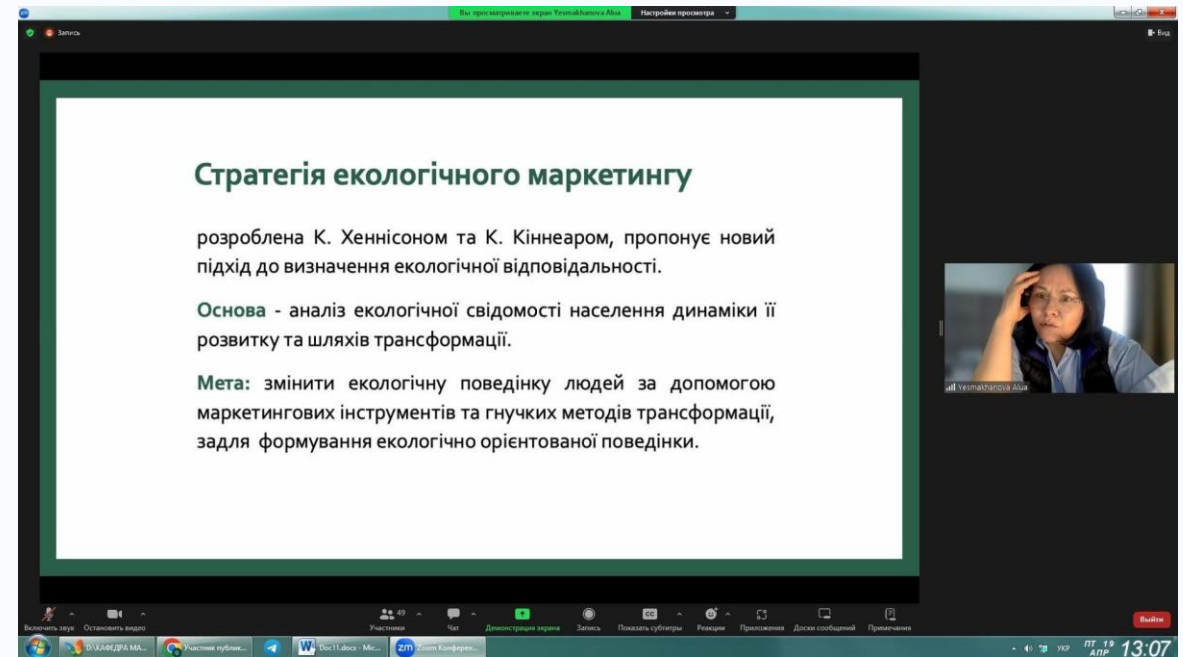
28 березня 2024 року магістранти-маркетологи взяли участь у гостьовій онлайн-лекції «Моніторинг та аналіз репутації бренду в ЗМІ та соцмережах», яку провів Денис Горбань - керівник відділу продажів продуктової ІТ-компанії LOOQME. Студенти розібрали автоматизований медіамоніторинг, SERM, аналіз згадок бренду та конкурентів, індекси репутації й оцінювання ефективності комунікацій. Навчальний доступ до платформи LOOQME дав можливість магістрам побачити роботу аналітичних інструментів на практиці та посилити компетентності з digital-аналітики й управління репутацією бренду.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Маркетинг і екологічні виклики

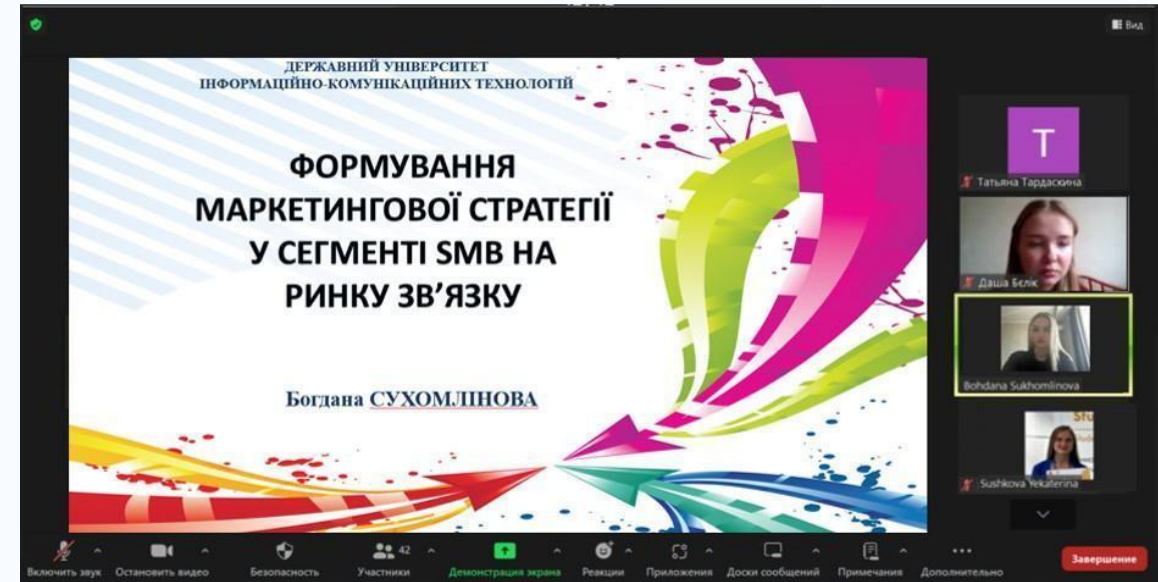
19 квітня 2024 року магістранти та інші здобувачі кафедри Маркетингу долучилися до круглого столу «Маркетинг і екологічні виклики». Під час професійної дискусії учасники розглядали взаємозв'язок маркетингових рішень, соціальної відповідальності та екологічних проблем, зокрема підходи до формування стратегії екологічного маркетингу. Для магістрів такий формат поглибив здатність аналізувати складні суспільно-ринкові проблеми, обґрунтовувати відповідальні управлінські рішення та використовувати їх у власних дослідженнях.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Маркетингова стратегія на ринку зв'язку

Богдана Сухомлінова представила ДУІКТ у II турі Міжнародного конкурсу студентських наукових робіт з маркетингу, де змагалися 120 робіт від 40 університетів України та ЄС. Її дослідження «Формування маркетингової стратегії у сегменті SMB на ринку зв'язку», виконане під керівництвом доцента Ольги Ромащенко, журі оцінило одним із найкращих і присудило II місце. Для магістерської підготовки такий результат демонструє поєднання теоретичного дослідження з практичним стратегічним аналізом реального ринку.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

II місце у міжнародному науковому конкурсі

Богдана Сухомлінова, здобувачка спеціальності 075 «Маркетинг» посіла II місце у Міжнародному конкурсі студентських наукових робіт з маркетингу. Її наукова керівниця - к.е.н., доцент кафедри Маркетингу Ольга Ромащенко - отримала подяку за підготовку учасниці. Результат засвідчив високий рівень дослідницької підготовки майбутнього магістра та здатність представляти прикладні маркетингові рішення у конкурентному міжнародному академічному середовищі.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

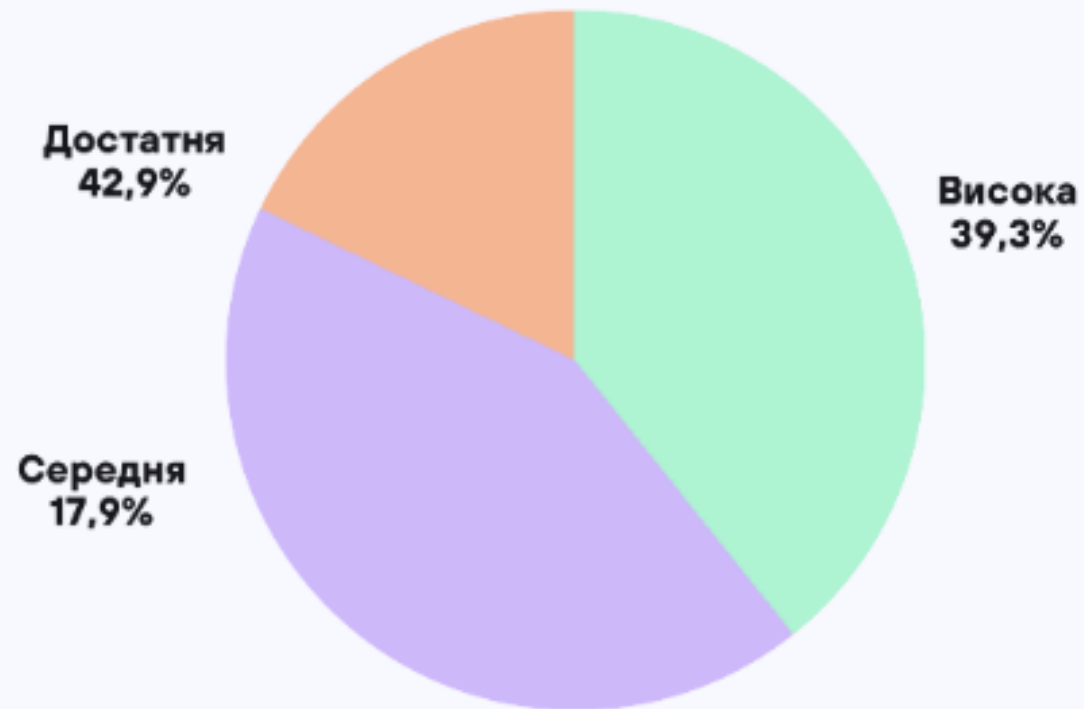
Опитування магістрів першого року навчання

1 червня 2024 року кафедра Маркетингу провела опитування магістрів першого року навчання групи МРДМ-51 щодо якості освіти та практичної підготовки. У дослідженні взяли участь 28 здобувачів вищої освіти. Результати засвідчили загалом позитивну оцінку якості освітньої програми, рівня викладання та професійної підготовки. Більшість студентів відзначили відповідність навчання сучасним вимогам ринку праці та можливість отримувати необхідні професійні знання й навички. Водночас серед напрямів подальшого вдосконалення здобувачі назвали розширення використання цифрових інструментів, збільшення кількості практичних кейсів та покращення інформування щодо проходження практики.

28 учасників · група МРДМ-51

[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

ОЦІНІТЬ, БУДЬ ЛАСКА, ЯКІСТЬ ОСВІТИ ЗА ВАШОЮ ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ.



**Кількість отриманих
відповідей**

ВИСОКА

11

ДОСТАТНЯ

12

СЕРЕДНЯ

5

НИЗЬКА

0

ЗАГАЛОМ

28

ЧИ ОТРИМУЄТЕ ВИ НЕОБХІДНІ ПРОФЕСІЙНІ ЗНАННЯ, НАВИЧКИ ТА ВМІННЯ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ?



Кількість отриманих відповідей	
ТАК, ПОВНОЮ МІРОЮ	15
ПЕРЕВАЖНО ТАК	8
ЧАСТКОВО	4
ПЕРЕВАЖНО НІ	0
ВАЖКО ВІДПОВІСТИ	1
ЗАГАЛОМ	28

НАСКІЛЬКИ ВИ ЗАДОВОЛЕНІ ЯКІСТЮ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН?



Кількість отриманих
відповідей

ДУЖЕ
ЗАДОВОЛЕНІ

11

СКОРІШЕ ЗАДОВОЛЕНІ

15

ЧАСТКОВО
ЗАДОВОЛЕНІ

2

СКОРІШЕ НЕ
ЗАДОВОЛЕНІ

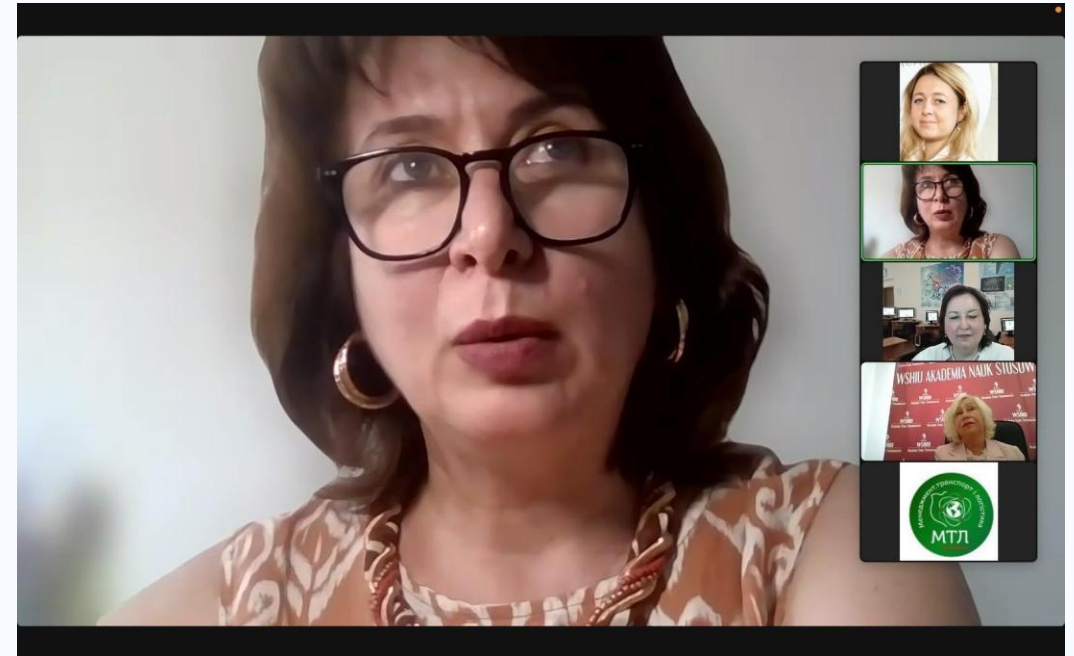
0

ЗАГАЛОМ

28

«Маркетинг майбутнього: виклики та реалії»

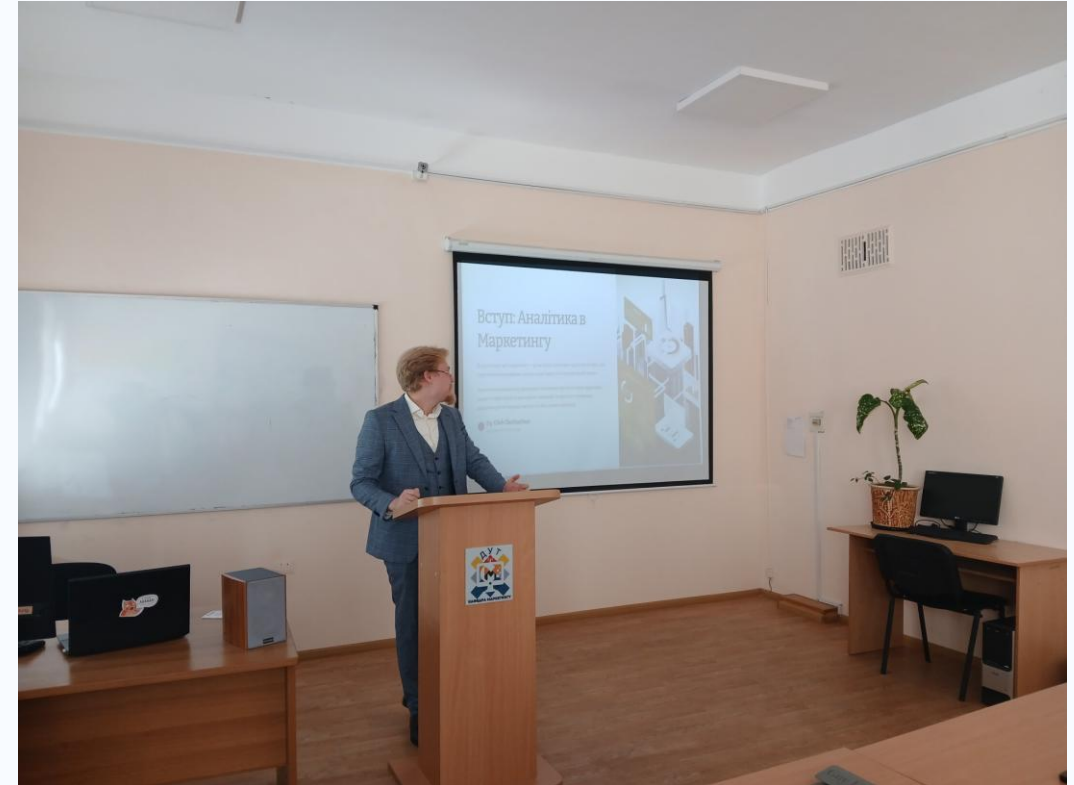
6 червня 2024 року магістранти кафедри Маркетингу разом з іншими здобувачами та науковцями долучилися до VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії». Учасники обговорювали сучасні зміни у маркетинговому середовищі, актуальні дослідницькі підходи та практичні виклики професії. Для магістрів участь у конференції стала складовою наукової підготовки: вона розвивала вміння працювати з фаховою дискусією, аргументувати дослідницькі висновки та співвідносити власні магістерські дослідження з актуальними проблемами ринку.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Аналітика в Інтернет-маркетингу

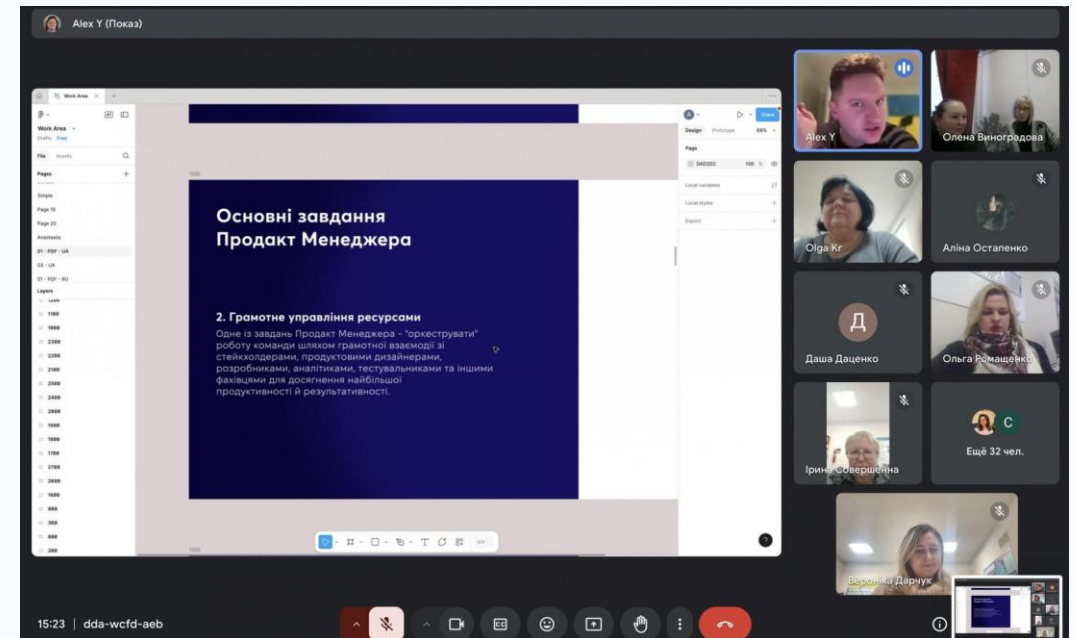
«Використання інструментів аналітики в сучасному Інтернет-маркетингу» - таку гостьову лекцію прочитав для наших студентів-маркетологів здобувач магістерського рівня вищої освіти - Олег Дергачов, маркетолог компанії Genius Space. Лекція була присвячена важливості застосування аналітики в Інтернет-маркетингу, оцінюванню ефективності рекламних кампаній, аналізу трафіку, поведінки користувачів, маркетингових витрат і розрахунку ROI. Під час зустрічі студенти також ознайомилися з практичними прикладами використання сучасних аналітичних інструментів.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Управління ІТ-продуктом

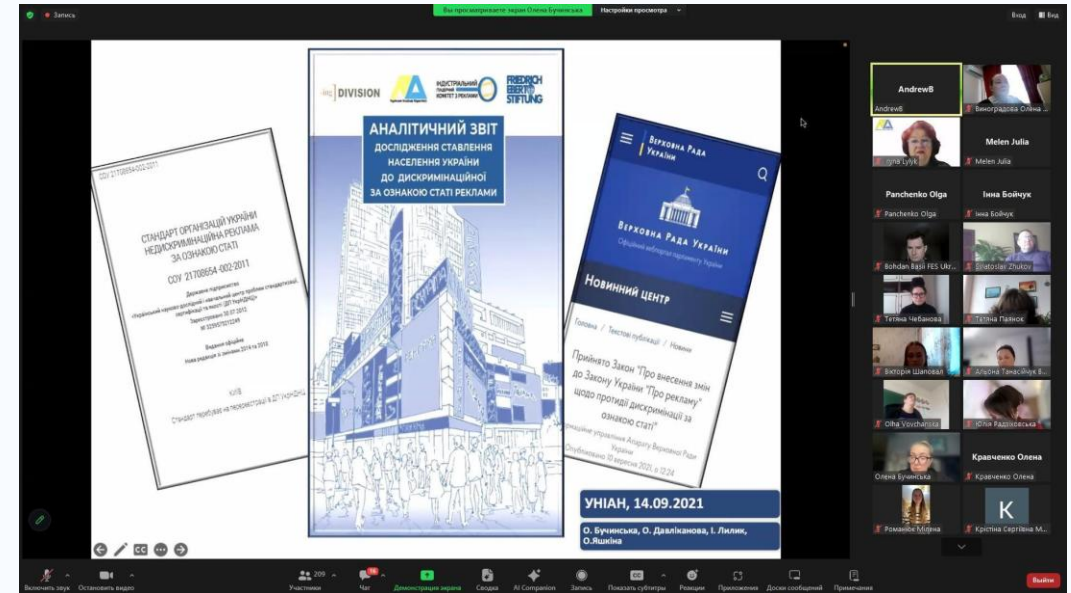
27 листопада 2024 року магістранти-маркетологи ДУІКТ прослухали онлайн-лекцію з Лондону «Як управляти ІТ-продуктом», яку провів Олександр Ємельянов - CEO криптогаманця SIMPLE.app. Учасники розглянули повний життєвий цикл цифрового продукту, роботу Product Manager із вимогами користувачів, позиціонуванням, тестуванням гіпотез і юніт-економікою, а також підходи Scrum та Agile. Для магістрів особливо важливим став акцент на T-shaped компетентностях, що поєднують глибоку маркетингову експертизу з SEO, PPC, аналітикою, retention та іншими digital-напрямами.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Реклама без стереотипів

3 грудня 2024 року магістранти разом з іншими студентами та викладачами кафедри Маркетингу взяли участь у тренінгу «Реклама без стереотипів: навчання свідомого підходу» від Української асоціації маркетингу. Спікерки Ірина Лилик та Олена Бучинська розібрали використання сексистського контенту в рекламі, соціальних комунікаціях і матеріалах волонтерських організацій. Для здобувачів магістерського рівня це поглибило компетентності з етики маркетингових комунікацій, оцінювання рекламного контенту та формування відповідальних бренд-стратегій.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

День маркетолога - 2024

Магістранти кафедри Маркетингу долучилися до святкування Дня маркетолога-2024, яке об'єднало бакалаврів, магістрів, аспірантів, випускників і викладачів кафедри. До студентської спільноти звернулися проректор Марина Петченко, директор ННІ менеджменту та підприємництва Світлана Петровська, маркетолог Genius.Space Олег Дергачов, представниця Pro-Consulting Юлія Шкурко та випускники кафедри. Для магістрів захід став можливістю підсумувати власний досвід навчання, підтримати професійну спільноту та відчувати наступність між навчанням і майбутньою кар'єрою.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

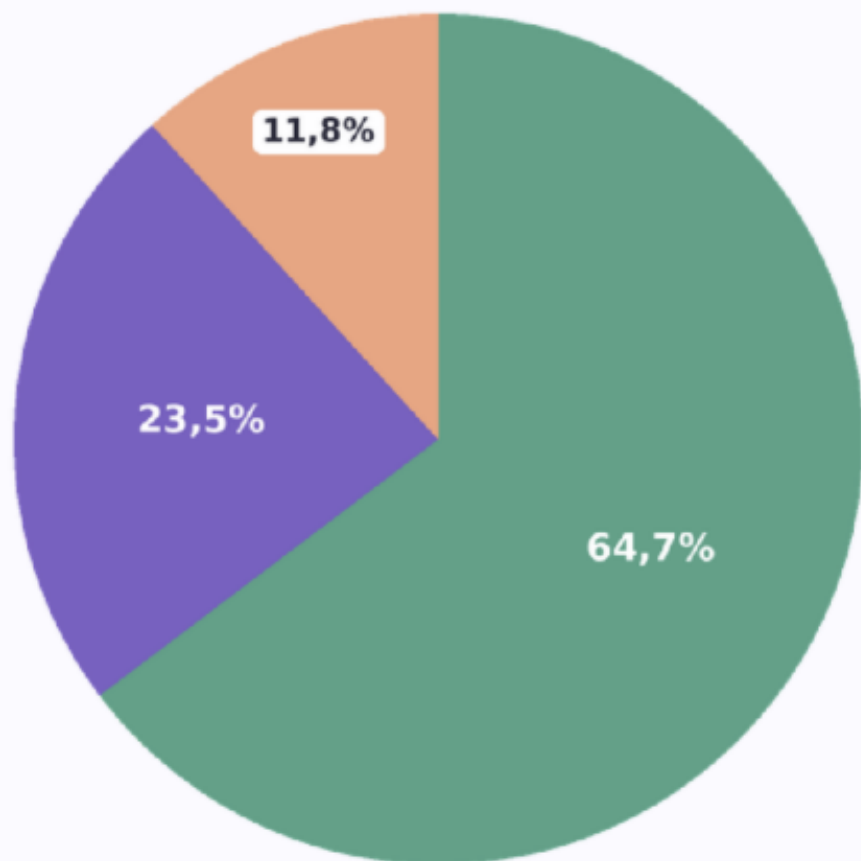
Опитування магістрів другого року навчання

10 грудня 2024 року кафедра Маркетингу провела опитування магістрів другого року навчання групи МРДМ-61 щодо якості освітньої програми, наукового керівництва та підготовки кваліфікаційної роботи. В опитуванні взяли участь 17 здобувачів вищої освіти. Результати засвідчили високий рівень задоволеності якістю освіти, змістом освітньої програми, науковим керівництвом та організацією практики. Серед пропозицій щодо подальшого вдосконалення студенти відзначили необхідність більшої кількості прикладів кваліфікаційних робіт, допомоги з їх оформленням та проведення більшої кількості офлайн-зустрічей.

17 учасників · група МРДМ-61

[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

ОЦІНІТЬ, БУДЬ ЛАСКА, ЯКІСТЬ ОСВІТИ ЗА ВАШОЮ ОСВІТНЬОЮ ПРОГРАМОЮ.



Кількість отриманих
відповідей

Дуже висока

11

Висока

4

Середня

2

Низька

0

Дуже низька

0

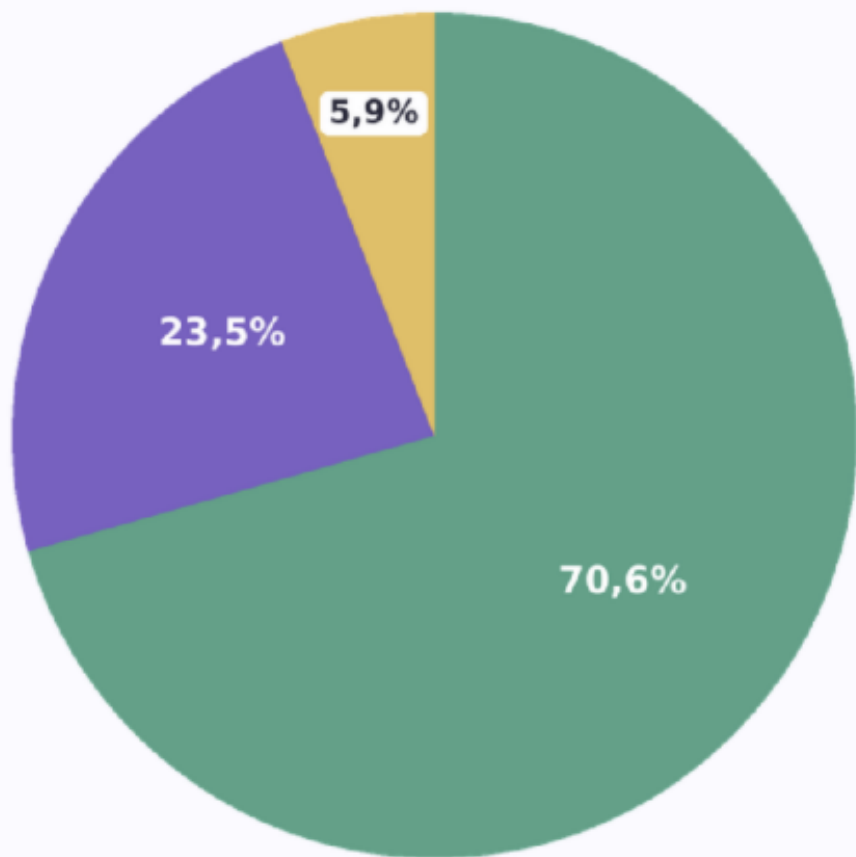
Важко відповісти

0

ЗАГАЛОМ

17

НАСКІЛЬКИ ЗМІСТ ВАШОЇ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ ВІДПОВІДАЄ СУЧАСНИМ ВИМОГАМ ПРОФЕСІЙНОЇ АБО НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ?



Кількість отриманих відповідей

Повністю відповідає

12

Переважає

4

Частково відповідає

0

Переважає не відповідає

0

Зовсім не відповідає

0

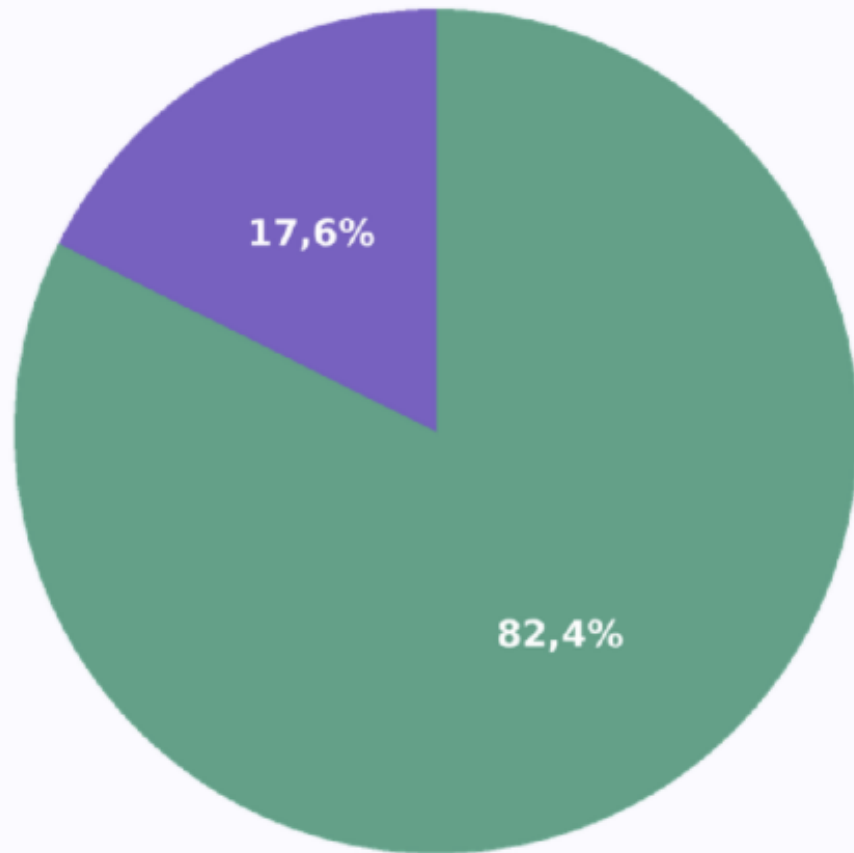
Важко відповісти

1

ЗАГАЛОМ

17

ЧИ ЗАДОВОЛЕНІ ВИ ОРГАНІЗАЦІЄЮ ПРОХОДЖЕННЯ ПРАКТИКИ ТА МОЖЛИВІСТЮ ВИБОРУ БАЗИ ПРАКТИКИ?



Кількість отриманих відповідей

Так, цілком

14

Скоріше так

3

Частково

0

Скоріше ні

0

Зовсім не задоволений(а)

0

Важко відповісти

0

ЗАГАЛОМ

17