



КАФЕДРА
МАРКЕТИНГУ

Навчально- наукова активність магістрів

у 2026 році

Основні події,
практичні активності
та результати року



Події року: огляд і посилення (1/4)

ДАТА ПУБЛІКАЦІЇ	ПОДІЯ
22-01	<u>Майбутнє маркетингу в надійних руках: у ДУІКТ відбулися захисти магістерських робіт</u>
26-01	<u>Тріумф стійкості та інтелекту: магістерські розробки з маркетингу впроваджуються у реальний сектор економіки</u>
16-02	<u>Нові горизонти для маркетологів: в ДУІКТ відбувся випуск магістрів 2026 року</u>
27-02	<u>Кафедра Маркетингу ДУІКТ працює над модернізацією змісту освітніх програм</u>
12-03	<u>Кафедра Маркетингу провела онлайн-обговорення оновлених магістерських програм</u>

Події року: огляд і посилання (2/4)

ДАТА ПУБЛІКАЦІЇ	ПОДІЯ
14-03	<u>В ДУІКТ відбулась відкрита лекція про еволюцію маркетингових агенцій від засновника брендформанс digital-агентства UAMASTER</u>
26-03	<u>ДУІКТ та Київстар провели спільний тренінг з диференціації бренду для студентів-маркетологів</u>
02-04	<u>Кафедра Маркетингу ДУІКТ відсвяткувала перший великий ювілей!</u>
03-04	<u>Випускниця кафедри Маркетингу ДУІКТ провела онлайн лекцію «UI/UX, SEO та Accessibility сайту очима фронтенд-розробника і маркетолога» для студентів</u>
06-04	<u>Емоції, вдячність і креатив молоді: кафедра Маркетингу ДУІКТ відсвяткувала ювілей</u>

Події року: огляд і посилення (3/4)

ДАТА ПУБЛІКАЦІЇ	ПОДІЯ
07-04	<u>«Київстар» поділився зі студентами ДУІКТ досвідом ефективного маркетинг-міксу</u>
16-04	<u>Розширення можливостей: студенти-маркетологи ДУІКТ занурилися у світ сучасних комунікацій у Sens Hub</u>
30-04	<u>Кар'єрний стрибок: секрети лідерства в сучасний період від експертки Київстар</u>
16-05	<u>На кафедрі маркетингу ДУІКТ проаналізували результати опитування здобувачів магістратури за 2025–2026 навчальний рік</u>
19-05	<u>День кар'єри у ДУІКТ: студенти-маркетологи шукали роботу, компанії – майбутніх працівників</u>
26-05	<u>Інтелектуальний фронт ДУІКТ: на кафедрі маркетингу відбулася лекція з академічної доброчесності для магістрів та НПП</u>

Події року: огляд і посилання (4/4)

ДАТА ПУБЛІКАЦІЇ	ПОДІЯ
05-06	<u>Магістрантка спеціальності D4 «Маркетинг» здобула міжнародний сертифікат Varna University of Management</u>
09-06	<u>Міжнародний досвід у маркетингу: відбулася відкрита лекція Альони Валуєвої для магістрів, аспірантів та викладачів кафедри Маркетингу</u>
11-06	<u>Стрес під контролем: студенти та аспіранти кафедри Маркетингу опанували практичні інструменти щоденної стійкості</u>
12-06	<u>Наука задля перемоги та майбутнього: у ДУІКТ відбулася VIII Міжнародна науково-практична конференція «Маркетинг майбутнього. Виклики та реалії»</u>
07-09	<u>На кафедрі Маркетингу провели зустріч щодо магістерської практики</u>
28-09	<u>Real Doors відкриває двері у професію: магістри кафедри маркетингу ДУІКТ долучаються до маркетингових проєктів компанії</u>

Захисти магістерських кваліфікаційних робіт

У ДУІКТ відбулися захисти кваліфікаційних робіт магістрів спеціальності «Маркетинг». Магістранти презентували дослідження, побудовані на реальних даних компаній, у напрямках digital-стратегій, CRM і автоматизації, SMM, SEO та e-commerce, брендингу, психології споживача, нейромаркетингу, стратегічного управління, B2B і міжнародного маркетингу. Серед прикладів - роботи Олега Дергачова щодо Zoho CRM, Жанни Шульги для Sense Bank, Єлизавети Сидоренко для «Львівських круасанів», Олександра Лоюка для МХП та інших здобувачів. Екзаменаційна комісія відзначила прикладний характер, якість і оригінальність досліджень та присвоїла випусникам ступінь магістра.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Магістерські розробки у реальному бізнесі

Результати магістерських досліджень кафедри Маркетингу отримали практичне впровадження у діяльність реальних компаній. Марина Шваб розробила рекомендації для ТОВ «Намелака-Київ», після впровадження яких зросли аудиторія, частота візитів і дохід; Олег Дергачов інтегрував Zoho CRM у «BICEN УКРАЇНА», що скоротило вартість залучення ліда та підвищило конверсію. Дмитрій Єгоров створив дорожню карту контент-маркетингу для «Констракшн Машинері», Артем Коляда Акаш - гібридну комунікаційну стратегію для «ФОРКС», а аналітичні напрацювання магістрів були використані компанією «Данон». Це демонструє прикладний характер магістерських робіт і їхню реальну цінність для бізнесу.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Вручення дипломів магістрам 2026 року

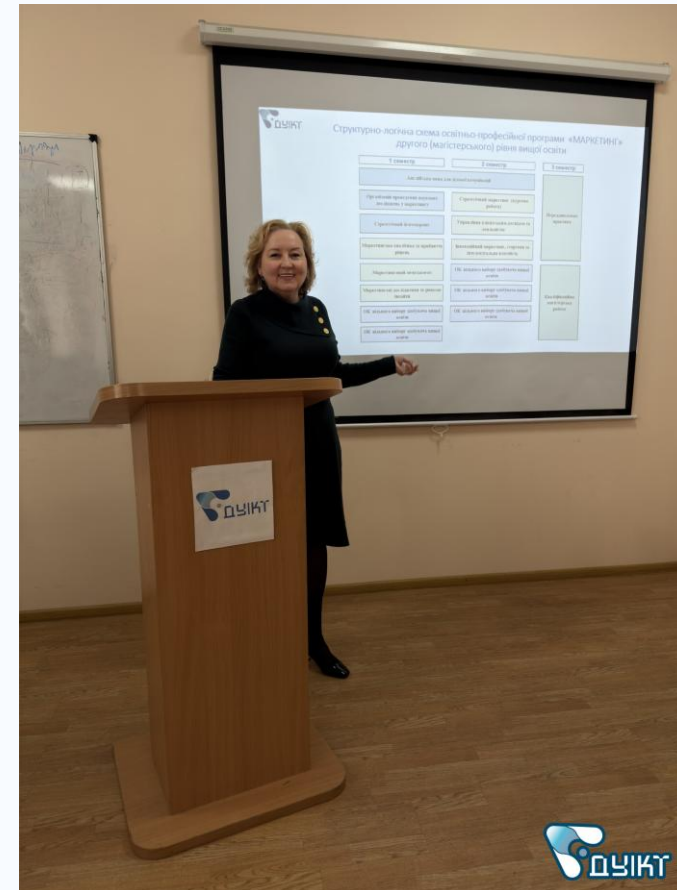
12 лютого 2026 року У ДУІКТ відбулася урочиста церемонія вручення дипломів магістрам. У 2026 році кафедра Маркетингу випустила 31 магістра спеціальності 075 «Маркетинг», які завершили повний цикл навчання та успішно захистили кваліфікаційні роботи попри повітряні тривоги, відключення електроенергії та інші виклики воєнного часу. Для випускників цей день став підсумком магістерської підготовки - від поглибленого вивчення маркетингу й роботи над прикладними дослідженнями до отримання ступеня магістра та переходу до нового етапу професійної кар'єри.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Модернізація змісту освітніх програм

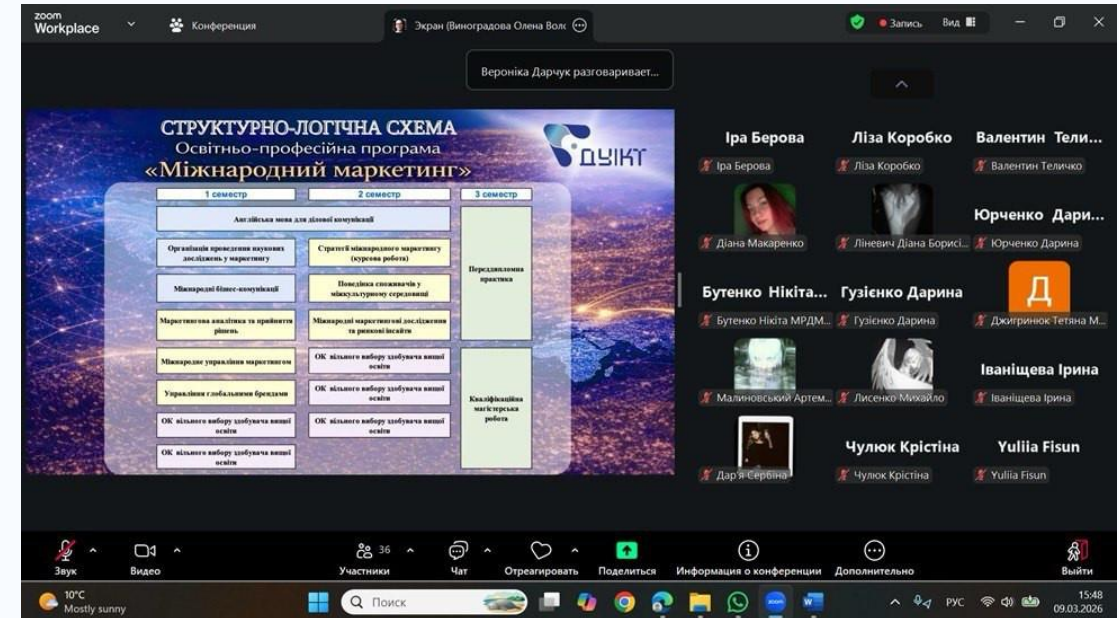
19 лютого 2026 року на кафедрі Маркетингу ДУІКТ відбулося обговорення освітніх програм за участю роботодавців, викладачів, здобувачів освіти, випускників та інших стейкхолдерів. Учасники розглянули напрями оновлення програм з урахуванням сучасних вимог ринку праці, галузевих тенденцій та потреб студентів, приділивши особливу увагу змісту освітніх компонентів і посиленню практичної складової навчання. Під час зустрічі були представлені пропозиції щодо нових і оновлених дисциплін, розвитку іншомовної компетентності та подальшої взаємодії з бізнесом. Отримані рекомендації враховано під час подальшого доопрацювання освітніх програм.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Обговорення магістерських освітніх програм

9 березня 2026 року кафедра Маркетингу ДУІКТ провела онлайн-обговорення оновлених магістерських освітніх програм «Маркетинг» та «Міжнародний маркетинг» за участю представників адміністрації, української та зарубіжної академічної спільноти, бізнесу, випускників і студентів. Гаранти програм Олена Виноградова та Вероніка Дарчук презентували їх структуру, ключові освітні компоненти та особливості підготовки здобувачів. Учасники обговорили зміст програм, їх практичну спрямованість і відповідність сучасним вимогам ринку праці, а також надали пропозиції щодо подальшого вдосконалення.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Маркетингові агенції: відкрита лекція UAMASTER

19 березня 2026 року на запрошення кафедри Маркетингу ДУІКТ засновник та керівник брендформанс digital-агентства UAMASTER Євген Шевченко провів відкриту лекцію «Еволюція маркетингових агенцій: де шукати роботу студенту» для студентів-маркетологів в межах дисципліни «Діджитал-маркетинг». Під час зустрічі спікер розповів про розвиток маркетингових агенцій в Україні, свій професійний шлях та досвід побудови UAMASTER, а також надав практичні поради щодо пошуку першої роботи, створення портфоліо, розвитку особистого бренду, проходження стажувань і нетворкінгу. Особливу увагу було приділено формуванню практичних навичок і професійному самовизначенню майбутніх маркетологів.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Диференціація та позиціонування бренду

24 березня 2026 року У межах колабораційного навчання кафедра Маркетингу ДУІКТ разом із фахівцями «Київстар» провела тренінг «Диференціація та позиціонування бренду». До роботи долучилися команда Київстар ТБ, доцент кафедри Ольга Ігнатенко, викладачі та студенти спеціальності «Маркетинг». Для магістрантів такий формат дав можливість розглядати позиціонування не лише як теоретичну модель, а як реальне бізнес-завдання на конкурентному ринку ОТТ та IPTV-сервісів, аналізувати конкурентні переваги бренду й бачити, як стратегічні маркетингові рішення формуються разом із практиками компанії.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

10-річчя кафедри Маркетингу

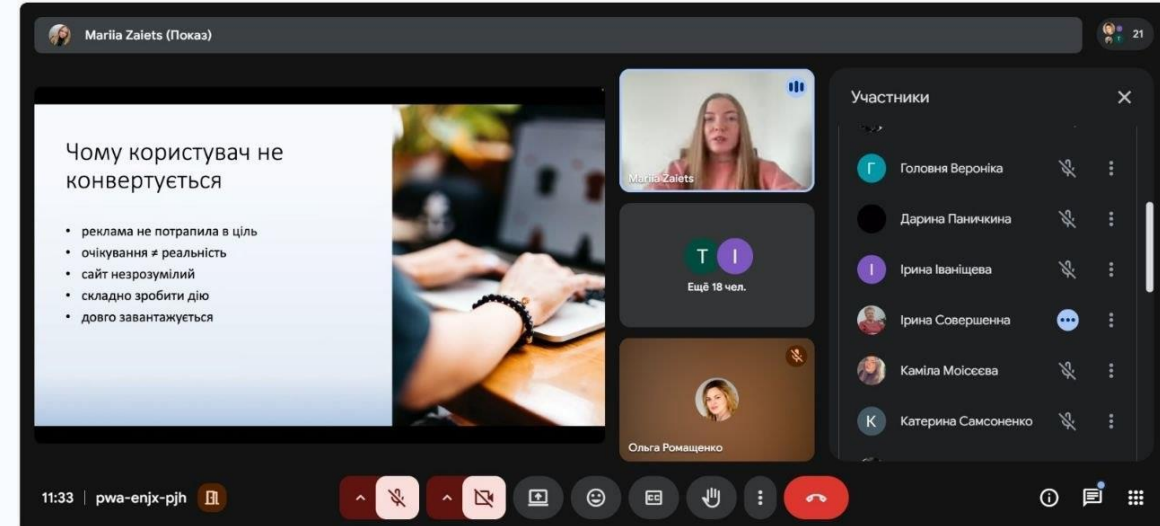
1 квітня 2026 року Кафедра Маркетингу ДУІКТ відзначила 10-річчя, підбивши підсумки розвитку освітніх програм, партнерств і підготовки фахівців. Для магістерської освіти важливо, що саме кафедра забезпечує багаторічну підготовку другого рівня: магістерська програма успішно проходила акредитацію, а випускники різних років продовжують підтримувати зв'язок із кафедрою та будувати кар'єру в Україні й за кордоном.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

UI/UX, SEO та доступність сайтів

30 березня 2026 року Для студентів-маркетологів ДУІКТ відбулася онлайн-лекція «UI/UX, SEO та Accessibility сайту очима фронтенд-розробника і маркетолога». Спікеркою стала випускниця кафедри Марія Заєць - Frontend Software Engineer міжнародної IT-компанії Edvantis у Польщі. Для магістрантів тема має прикладне значення, оскільки поєднує маркетингові завдання з технологічною складовою цифрових продуктів: зручністю інтерфейсів, пошуковою оптимізацією та доступністю сайтів. Такий міждисциплінарний погляд допомагає магістрам комплексніше оцінювати ефективність digital-рішень у професійних проєктах.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

10-річчя кафедри: студентські привітання

Студентська спільнота кафедри Маркетингу долучилася до святкування її 10-річчя, підготувавши творчі привітання, відео та концертну програму. Для магістерського рівня ця подія підкреслила наступність кафедральної спільноти: магістранти навчаються в середовищі, яке об'єднує різні покоління студентів, викладачів і випускників та зберігає професійні традиції кафедри.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Маркетинг-мікс: бізнес-кейси Київстар

7 квітня 2026 року на кафедрі Маркетингу ДУІКТ відбулася зустріч на тему «Маркетинг-мікс: сучасні підходи та інструменти» за участю представниці компанії «Київстар». Спікеркою виступила Людмила Ячейна, голова департаменту відділу послуг відео та телебачення компанії «Київстар», яка поділилася досвідом реалізації маркетингових стратегій у сфері digital-комунікацій та представила студентам реальні бізнес-кейси. Учасники дізналися, як сучасні компанії адаптують маркетинг-мікс до змін ринку та використовують практичні інструменти для побудови ефективних маркетингових рішень.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Сучасні комунікації: практикум у Sens Hub

14 квітня 2026 року студенти-маркетологи ДУІКТ разом із викладачами кафедри Маркетингу взяли участь у виїзній навчальній лекції в інноваційному просторі Sens Hub. Воркшоп провела Олександра Ковтуненко, провідна фахівчиня із зв'язків із громадськістю та пресою, яка ознайомила студентів із практичним застосуванням моделі PESO (Paid, Earned, Shared, Owned Media) у сучасних маркетингових комунікаціях. Під час практичної частини здобувачі презентували власні маркетингові стратегії, працювали з реальними кейсами та розвивали навички стратегічного й креативного мислення.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Кар'єрний розвиток і лідерство: воркшоп Kyivstar

28 квітня 2026 року Для бакалаврів і магістрів кафедри Маркетингу відбувся воркшоп із кар'єрного розвитку та лідерства, який провела Анна Лисовець - очільниця відділу фінансових сервісів компанії «Київстар». Магістранти обговорили soft skills, що впливають на професійне зростання, відповідальність, ініціативність і лідерську поведінку в сучасних компаніях. Практичний формат допоміг майбутнім магістрам маркетингу оцінити власну готовність до управлінських і командних ролей та краще зрозуміти очікування великого роботодавця від фахівців, які претендують на подальший кар'єрний розвиток.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

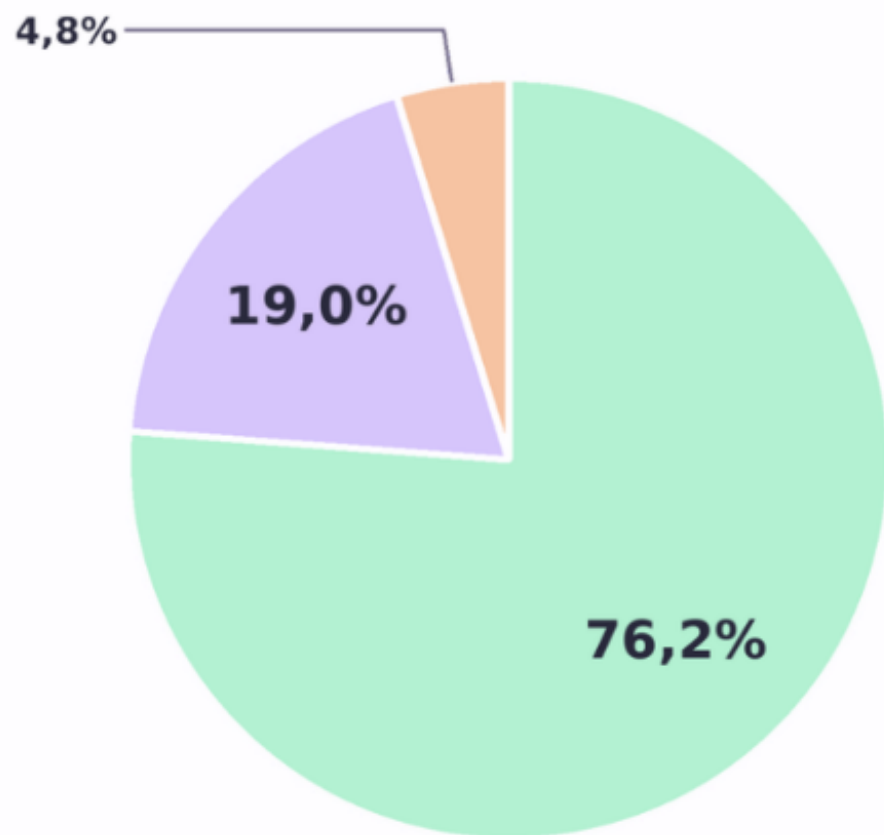
Опитування магістрів за 2025–2026 навчальний рік

16 травня 2026 року на кафедрі Маркетингу ДУІКТ підбили підсумки опитування здобувачів магістратури груп МРДМ-51 та ММРДМ-51, у якому взяв участь 21 студент. Результати засвідчили високі оцінки якості освіти, практичної складової навчання, професійно орієнтованих дисциплін та використання сучасних цифрових інструментів і реальних бізнес-кейсів. Окрему увагу в опитуванні приділено питанням академічної доброчесності, комунікації з університетом та участі здобувачів у вдосконаленні освітніх програм. Отримані результати будуть використані кафедрою для подальшого розвитку освітнього процесу та посилення практичної підготовки магістрів.

21 учасник · групи МРДМ-51 та ММРДМ-51

[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

1. Оцініть, будь ласка, якість освіти за Вашою освітньою програмою.



Дуже висока

Кількість
відповідей**16**

76,2%

Висока

4

19,0%

Середня

1

4,8%

Низька

0

0%

Дуже низька

0

0%

Важко відповісти

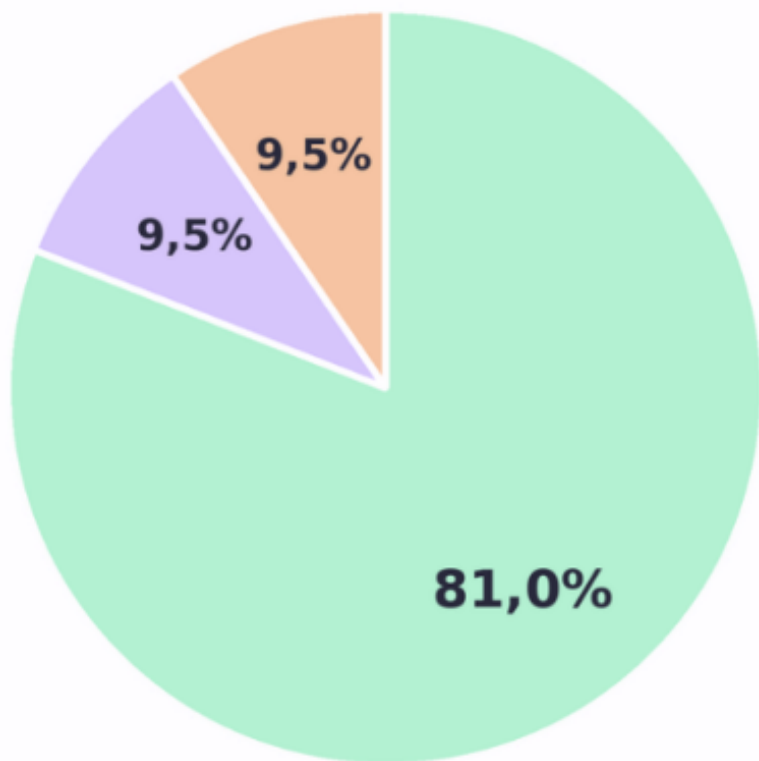
0

0%

ЗАГАЛОМ

21

3. Чи отримуєте Ви реальні знання, навички та вміння за Вашою освітньою програмою?



Так, повною мірою

Кількість
відповідей**17**
81,0%

Переважно так

2
9,5%

Частково

2
9,5%

Переважно ні

0
0%

Ні

0
0%

Важко відповісти

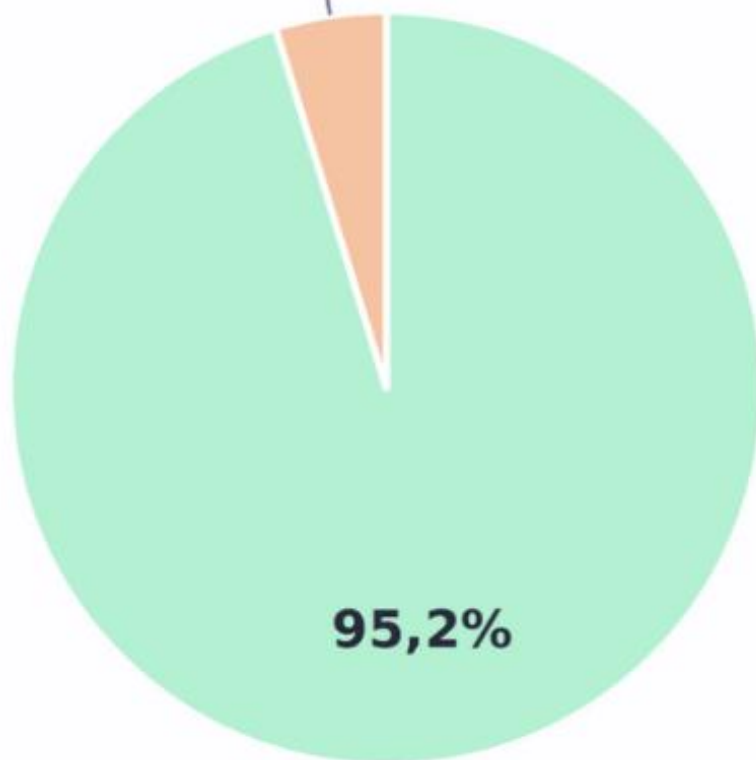
0
0%

ЗАГАЛОМ

21

5. Чи ознайомлені Ви з політикою академічної доброчесності університету?

4,8%



95,2%

Так, ознайомлений(а) з документами

Кількість
відповідей20
95,2%

Частково ознайомлений(а)

0
0%

Лише чув(ла) про неї

1
4,8%

Ні, не ознайомлений(а)

0
0%

ЗАГАЛОМ

21

9. Чи доводилося Вам протягом останнього навчального року стикатися з вимаганням грошей, подарунків або інших винагород з боку викладачів кафедри маркетингу за складання чи перескладання іспиту, заліку або підвищення оцінки?



100%

Кількість відповідей	
Так	0 0%
Ні	21 100%
Не мав(ла) відповідних форм контролю	0 0%
Не бажаю відповідати	0 0%
Не відповіли на питання	0 0%
ЗАГАЛОМ	
	21

10. Чи надавали Ви особисто протягом останнього навчального року гроші, подарунки або інші винагороди викладачам кафедри маркетингу за складання чи перескладання іспиту, заліку або підвищення оцінки?



100%

Так

Кількість
відповідей

0
0%

Ні

21
100%

Не мав(ла) відповідних форм контролю

0
0%

Не бажаю відповідати

0
0%

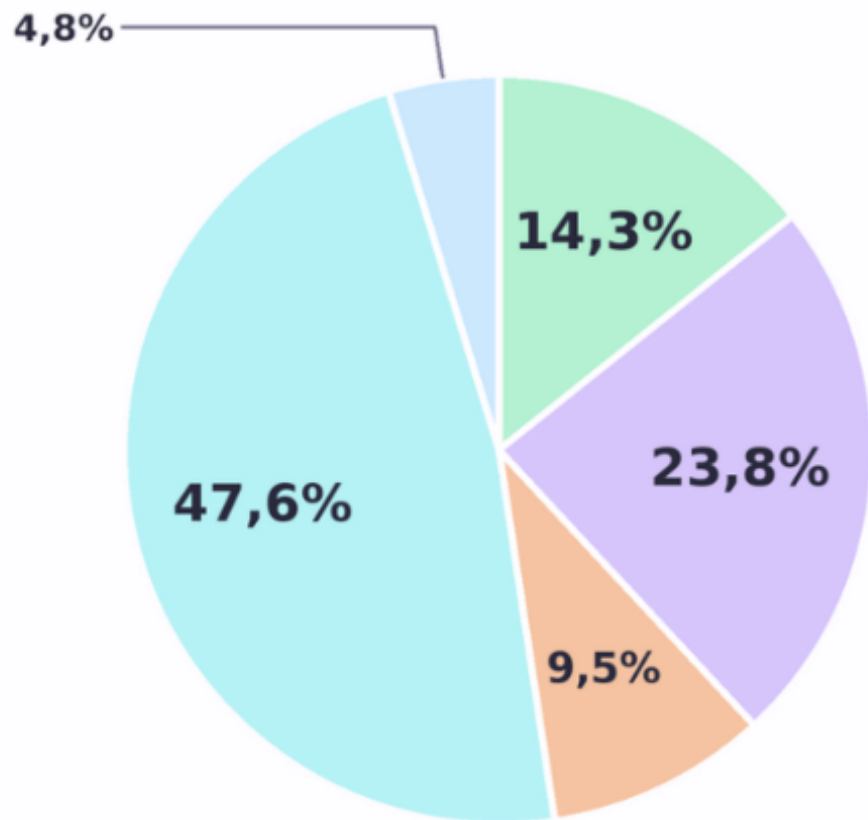
Не відповіли на питання

0
0%

ЗАГАЛОМ

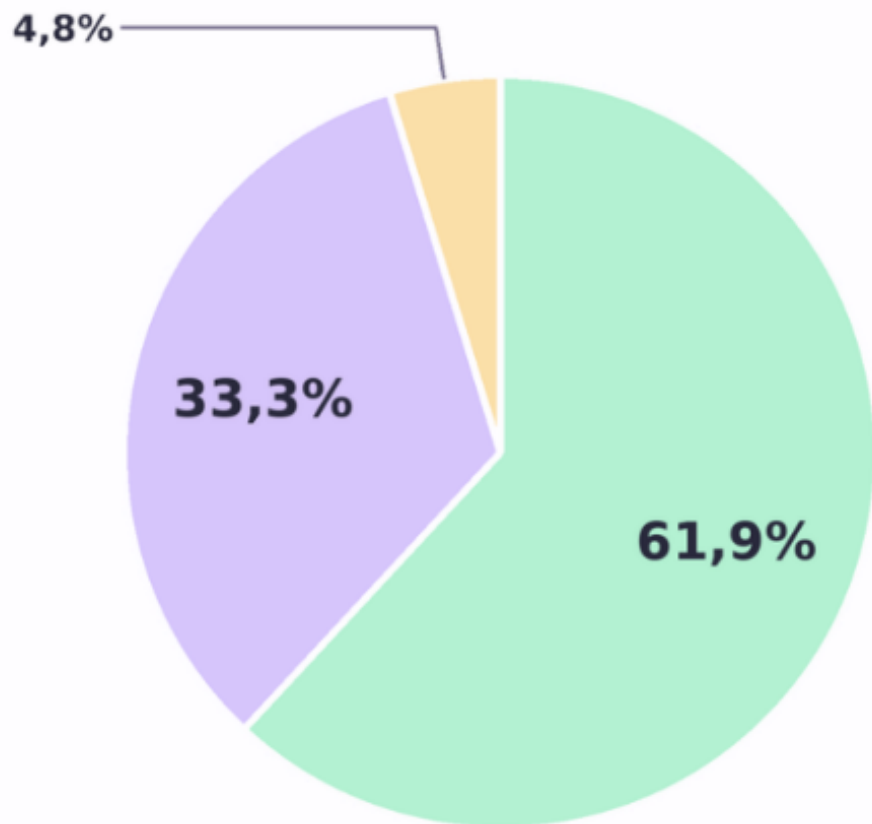
21

14. З яких джерел Ви найчастіше отримуєте інформацію про діяльність університету та кафедри маркетингу?



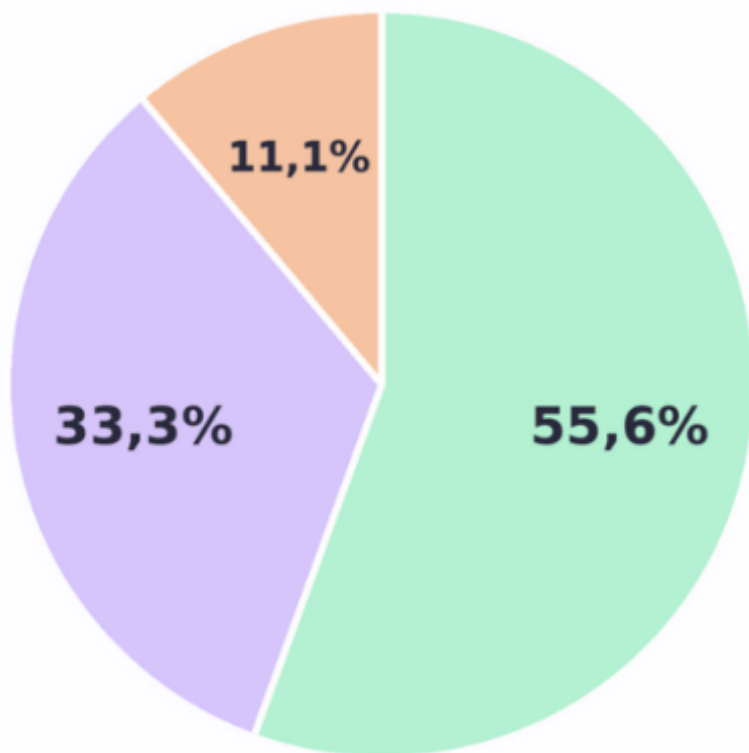
	Кількість відповідей
Офіційний вебсайт університету та сторінка кафедри маркетингу	3 14,3%
Сторінки університету та кафедри в соціальних мережах (Facebook, Instagram)	5 23,8%
Від однокласників / інших здобувачів	2 9,5%
Від куратора групи	10 47,6%
Від викладачів кафедри маркетингу	1 4,8%
Від працівників деканату	0 0%
Інше	0 0%
ЗАГАЛОМ	21

15. Оцініть, будь ласка, загальний технічний стан приміщень університету, в яких проходить Ваше навчання або здійснюється наукова діяльність.



	Кількість відповідей
Відмінний	13 61,9%
Добрий	7 33,3%
Задовільний	0 0%
Незадовільний	0 0%
Дуже незадовільний	0 0%
Не можу оцінити	1 4,8%
ЗАГАЛОМ	21

17. Наскільки Ви задоволені змістом і якістю викладання професійно орієнтованих дисциплін кафедри маркетингу?



Повністю задоволений(а)

Кількість
відповідей**5**

55,6%

Скоріше задоволений(а)

3

33,3%

Частково задоволений(а)

1

11,1%

Скоріше не задоволений(а)

0

0%

Зовсім не задоволений(а)

0

0%

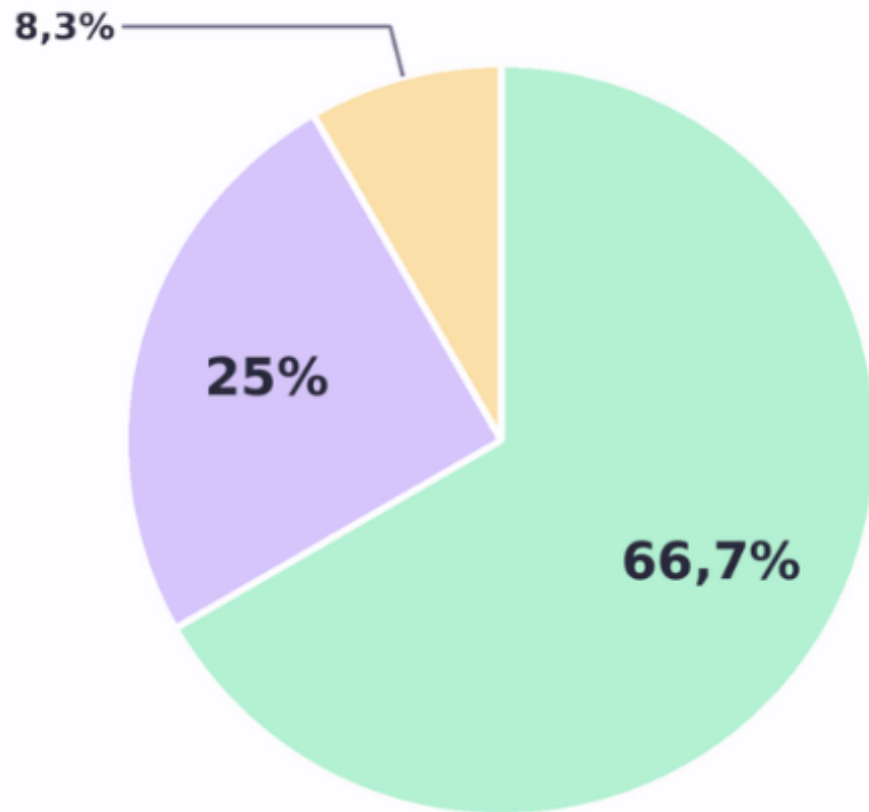
Важко відповісти

0

0%

ЗАГАЛОМ**9**

17. Наскільки Ви задоволені змістом і якістю викладання професійно орієнтованих дисциплін кафедри маркетингу?



	Кількість відповідей
Повністю задоволений(а)	8 66,7%
Скоріше задоволений(а)	3 25%
Частково задоволений(а)	0 0%
Скоріше не задоволений(а)	0 0%
Зовсім не задоволений(а)	0 0%
Важко відповісти	1 8,3%
ЗАГАЛОМ	12

День кар'єри у ДУІКТ

14 травня 2026 року Студенти-маркетологи ДУІКТ взяли участь у масштабному Дні кар'єри, де понад 30 компаній-роботодавців представили вакансії, програми практики та стажування. Для магістрантів особливо цінним був прямий контакт із потенційними роботодавцями та партнерами кафедри - JYSK, Brokard, ТРЦ «Республіка», «Сільпо», «Київстар», Lifecell, Huawei, Sense Bank та іншими. Учасники могли уточнити вимоги до кандидатів, отримати поради щодо кар'єрного розвитку й знайти можливості працевлаштування ще під час навчання, поєднуючи магістерську підготовку з реальною бізнес-практикою.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Академічна доброчесність: лекція для магістрів

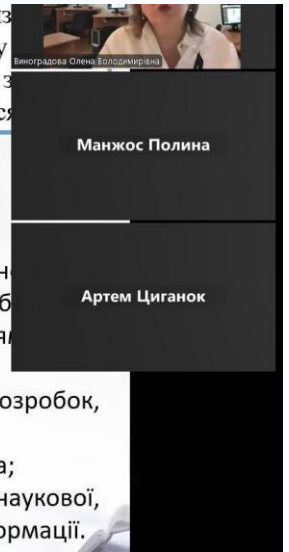
Для здобувачів другого (магістерського) рівня кафедри Маркетингу відбулася відкрита онлайн-лекція «Академічна доброчесність як капітал сучасного маркетолога», яку провела завідувачка кафедри, доктор економічних наук, професор Олена Виноградова. Маїстри розібрали етичний, професійний і практичний аспекти доброчесності, а також алгоритм антиплагіатної перевірки кваліфікаційних робіт. На прикладах звітів StrikePlagiarism вони вчилися відрізняти коректні цитування й технічні збіги від некоректного парафразу, прихованих запозичень та інших порушень, що особливо важливо на етапі підготовки магістерського дослідження.

Академічна доброчесність — це сукупність етичних принципів та визначеного набору правил, якими мають керуватися учасники освітнього процесу: здобувачі освіти, викладачі, науковці. Це означає дотримання етичних норм та правил поведінки, які забезпечують довіру до результатів навчання та/або наукових (творчих) досліджень.

Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає:

- самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточної та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням індивідуальних потреб і можливостей);
- посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;
- дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права;
- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)



Міжнародний сертифікат Varna University of Management

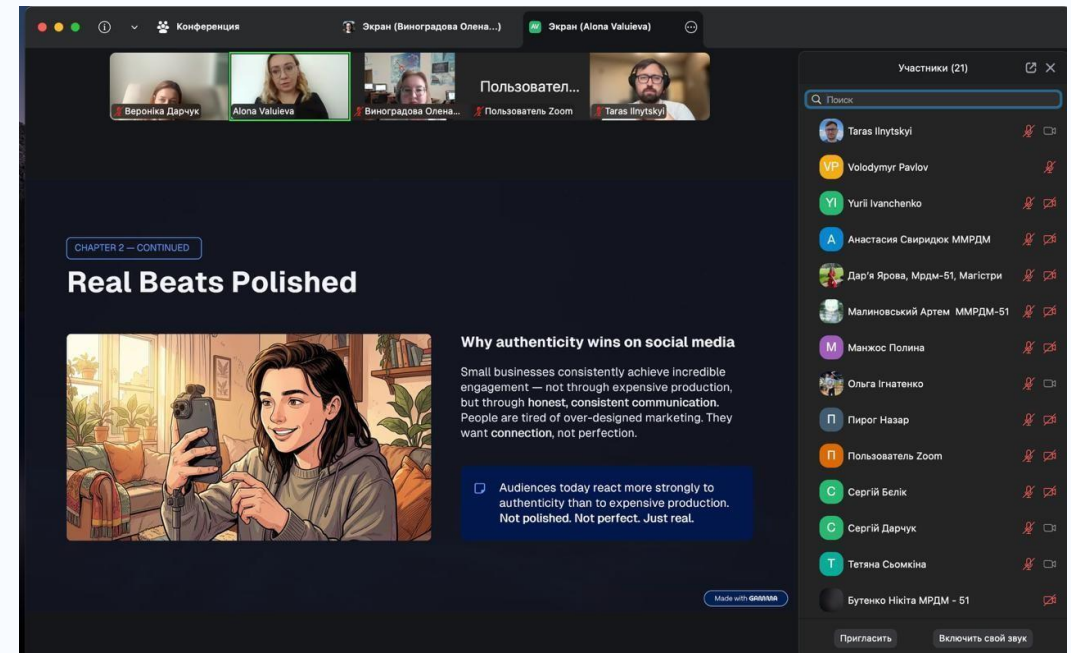
Магістрантка першого року навчання освітньої програми «Міжнародний маркетинг» Анастасія Свиридчук успішно завершила міжнародний курс «Marketing and Business Environment» у межах програми академічної мобільності ДУІКТ спільно з Varna University of Management (Болгарія). Під час навчання вона опрацьовувала аналіз бізнес-середовища, ринкових тенденцій і діяльності підприємств в умовах цифрової трансформації. За результатами 60 годин навчання Анастасія отримала міжнародний сертифікат і 2 кредити ECTS - конкретний результат міжнародної складової магістерської підготовки.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Міжнародний досвід: лекція Альони Валусевої

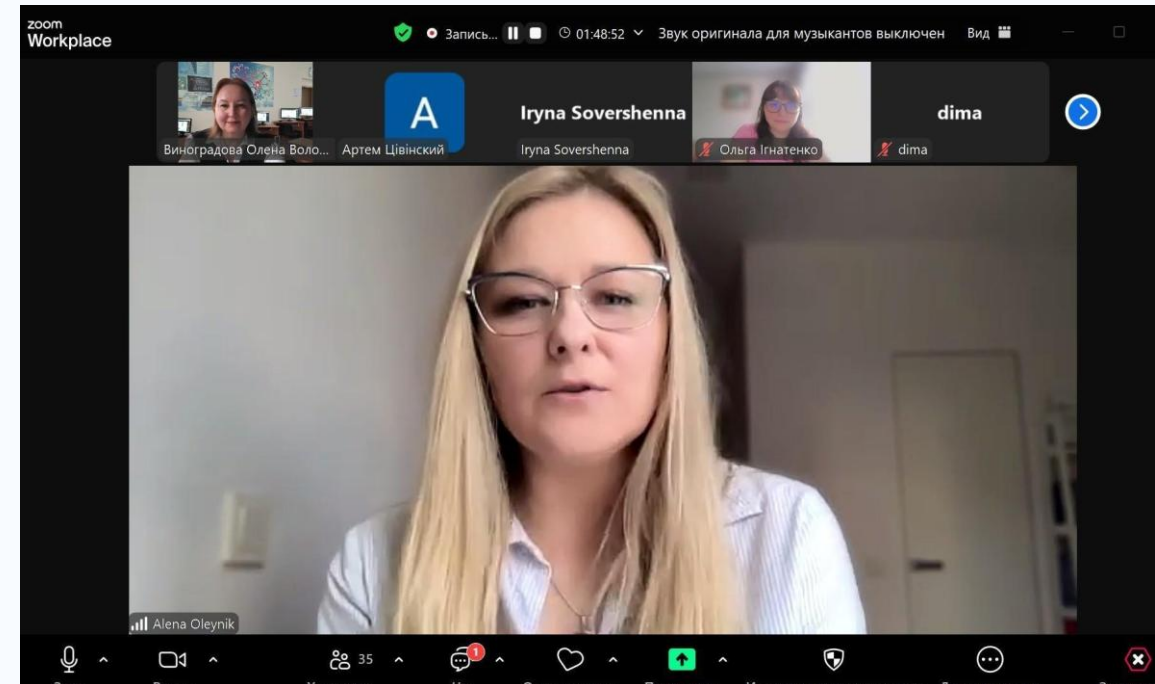
Магістранти освітніх програм «Маркетинг» та «Міжнародний маркетинг» разом з аспірантами й викладачами кафедри взяли участь у практико-орієнтованій онлайн-зустрічі з Альоною Валусевою - маркетингологою та менеджеркою проєктів міжнародних компаній Union Media & Azzuro у Шотландії. Для магістрів зустріч стала можливістю побачити міжнародну маркетингову практику безпосередньо від фахівчині, яка працює з глобальними проєктами, співвіднести академічні знання з реальними бізнес-процесами та розширити професійне бачення роботи на міжнародних ринках.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Практичні інструменти стресостійкості

9 червня 2026 року На кафедрі Маркетингу відбулася практична зустріч зі стресостійкості для студентів та аспірантів спеціальності «Маркетинг». Запрошена спікерка - клінічна психологиня, сертифікована арттерапевтка Альона Олейнік - познайомила учасників із практичними інструментами керування стресом і підтримання внутрішнього ресурсу. Для магістрантів такі навички безпосередньо доповнюють професійну підготовку: допомагають витримувати інтенсивне навчальне, дослідницьке й проєктне навантаження, зберігати продуктивність та ефективно працювати в умовах постійних змін.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

VIII конференція «Маркетинг майбутнього»

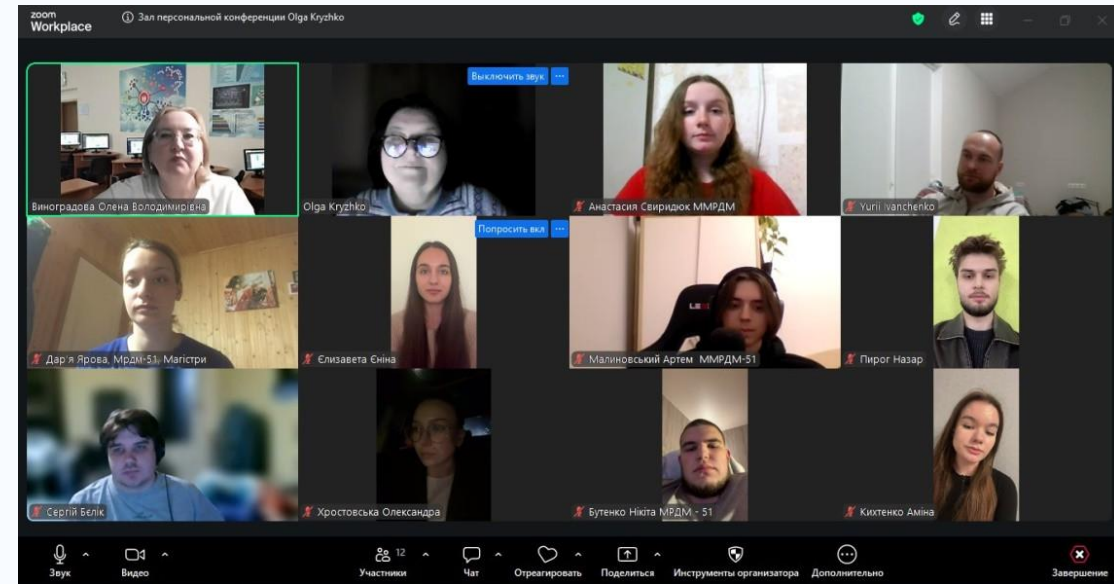
10 червня 2026 року у ДУІКТ відбулася VIII Міжнародна науково-практична конференція «Маркетинг майбутнього. Виклики та реалії», організована кафедрою Маркетингу. Захід об'єднав українських і закордонних науковців, представників бізнесу, викладачів та студентів різних курсів навчання. Під час конференції обговорювали актуальні питання розвитку маркетингу в умовах цифрової трансформації, кризових змін і війни, сучасні підходи до SMM, цифрових стратегій, просування брендів та роботи з новими технологіями. Участь у заході дала студентам можливість долучитися до професійної дискусії, ознайомитися з практичними кейсами та сучасними напрямками розвитку маркетингу.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Підготовка до магістерської практики

7 вересня 2026 року на кафедрі Маркетингу ДУІКТ відбулася організаційна зустріч зі здобувачами другого (магістерського) рівня вищої освіти груп МРДМ-61 та ММРДМ-61, присвячена підготовці до проходження практики. Студентам роз'яснили основні етапи практичної підготовки, вимоги до її проходження, правила оформлення звітної документації та особливості вибору баз практики. Магістри проходять практику на підприємствах різних сфер діяльності, серед яких ТОВ «Стил Лайн», Compressors International Ltd, ТОВ REAL DOORS, ТОВ «Джонсон Контролс», ТОВ «Фармаперсонал» та інші компанії-партнери. Практична підготовка має допомогти здобувачам поглибити професійні знання, отримати досвід роботи в реальних бізнес-умовах і розвинути навички вирішення актуальних маркетингових завдань.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)

Переддипломна практика в Real Doors

Для магістрів кафедри Маркетингу ДУІКТ розпочався важливий етап професійної підготовки - переддипломна практика в компанії Real Doors. Студенти долучилися до виконання практичних маркетингових завдань за такими напрямками, як аналітика та дослідження ринку, креативні комунікації, а також управління й розвиток продуктового портфеля. Такий формат співпраці дає можливість застосовувати набуті знання на практиці, формувати основу для майбутніх магістерських кваліфікаційних робіт і визначатися з подальшим професійним шляхом. Партнерство з компанією Real Doors є прикладом ефективного практикоорієнтованого навчання.



[Переглянути публікацію на сайті ДУІКТ](#)