



Навчально- наукова активність аспірантів у 2024 році

Основні події, практичні активності
та результати року



Події 2024 року

ДАТА ПУБЛІКАЦІЇ	ПОДІЯ
02.03.2024	<u>Опитування аспірантів першого року навчання</u>
09.04.2024	<u>Репутація бренду в ЗМІ та соцмережах</u>
01.05.2024	<u>Запрошення до наукової конференції</u>
07.06.2024	<u>Маркетинг майбутнього: виклики та реалії</u>
04.11.2024	<u>Зустріч з аспірантами кафедри маркетингу</u>
05.12.2024	<u>Реклама без стереотипів</u>
09.12.2024	<u>День маркетолога 2024</u>

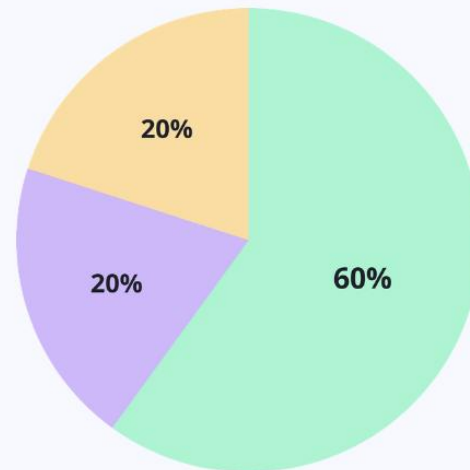
Опитування аспірантів першого року навчання

2 березня 2024 року на кафедрі Маркетингу ДУІКТ проаналізували результати опитування аспірантів першого року навчання набору 2023–2024 років щодо якості освітньої складової підготовки докторів філософії за спеціальністю «Маркетинг». У дослідженні взяли участь 5 аспірантів, які загалом позитивно оцінили якість освітнього процесу, рівень викладання, доступ до навчальних і наукових матеріалів та взаємодію з науковими керівниками. Серед пропозицій щодо вдосконалення підготовки респонденти відзначили більше практичних занять із написання наукових статей, детальніше ознайомлення з міжнародними науковими базами даних, інформацію про можливості стажувань та нагадування про терміни виконання індивідуального плану. Результати опитування стали підґрунтям для подальшого вдосконалення освітньо-наукової підготовки аспірантів.

5 аспірантів · набір 2023–2024 років

Результати опитування аспірантів (1/6)

ОЦІНІТЬ ЗАГАЛЬНУ ЯКІСТЬ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ В АСПІРАНТУРІ.



Кількість отриманих
відповідей

ДУЖЕ ВИСОКА

3

ВИСОКА

1

СЕРЕДНЯ

0

НИЗЬКА

0

ДУЖЕ НИЗЬКА

0

ВАЖКО ВІДПОВІСТИ

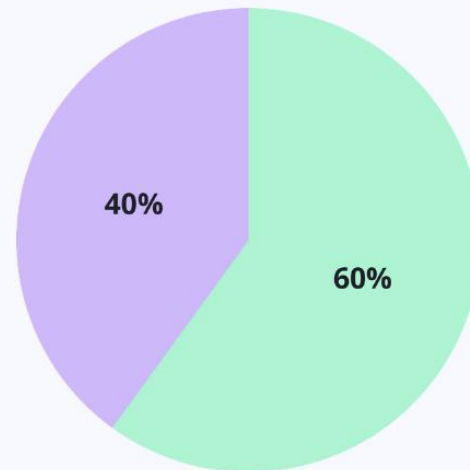
1

ЗАГАЛОМ

5

Результати опитування аспірантів (2/6)

ЧИ ВІДПОВІДАЄ ЗМІСТ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН ВАШИМ НАУКОВИМ ІНТЕРЕСАМ?



Кількість отриманих
відповідей

ПОВНІСТЮ ВІДПОВІДАЄ

3

ПЕРЕВАЖНО ВІДПОВІДАЄ

2

ЧАСТКОВО ВІДПОВІДАЄ

0

ПЕРЕВАЖНО НЕ
ВІДПОВІДАЄ

0

НЕ ВІДПОВІДАЄ

0

ВАЖКО ВІДПОВІСТИ

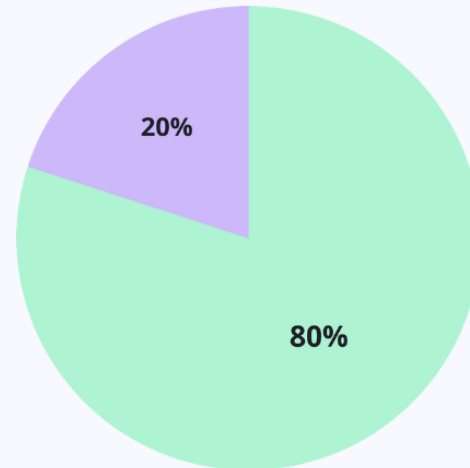
0

ЗАГАЛОМ

5

Результати опитування аспірантів (3/6)

НАСКІЛЬКИ ВИ ЗАДОВОЛЕНІ РІВНЕМ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН?



Кількість отриманих
відповідей

ПОВНІСТЮ
ЗАДОВОЛЕНИЙ(А)

4

СКОРІШЕ
ЗАДОВОЛЕНИЙ(А)

1

ЧАСТКОВО
ЗАДОВОЛЕНИЙ(А)

0

СКОРІШЕ НЕ
ЗАДОВОЛЕНИЙ(А)

0

ЗОВСІМ НЕ
ЗАДОВОЛЕНИЙ(А)

0

ВАЖКО ВІДПОВІСТИ

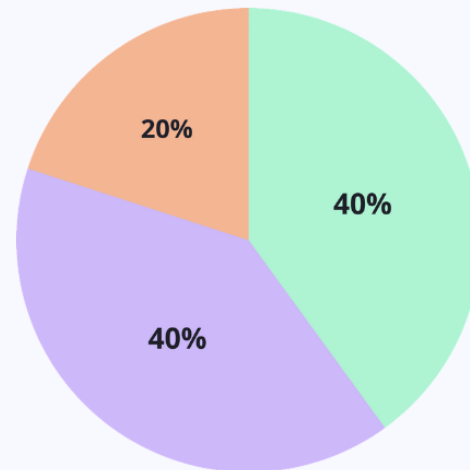
0

ЗАГАЛОМ

5

Результати опитування аспірантів (4/6)

ЧИ ОТРИМУЄТЕ ВИ НЕОБХІДНІ ЗНАННЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ?



Кількість отриманих
відповідей

ТАК, ПОВНОЮ МІРОЮ

2

ПЕРЕВАЖНО ТАК

2

ЧАСТКОВО

1

ПЕРЕВАЖНО НІ

0

НІ

0

ВАЖКО ВІДПОВІСТИ

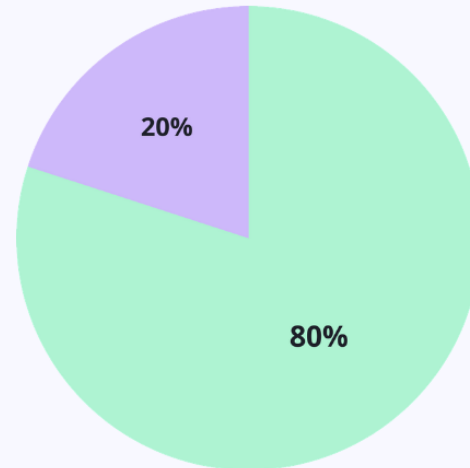
0

ЗАГАЛОМ

5

Результати опитування аспірантів (5/6)

ЧИ МАЄТЕ ВИ ДОСТУП ДО НЕОБХІДНИХ НАВЧАЛЬНИХ ТА НАУКОВИХ МАТЕРІАЛІВ?



Кількість отриманих
відповідей

ПОВНІСТЮ
ЗАБЕЗПЕЧЕНИЙ ДОСТУП

4

ПЕРЕВАЖНО
ЗАБЕЗПЕЧЕНИЙ

1

ЧАСТКОВО
ЗАБЕЗПЕЧЕНИЙ

0

ПЕРЕВАЖНО НЕ
ЗАБЕЗПЕЧЕНИЙ

0

НЕ ЗАБЕЗПЕЧЕНИЙ

0

ВАЖКО ВІДПОВІСТИ

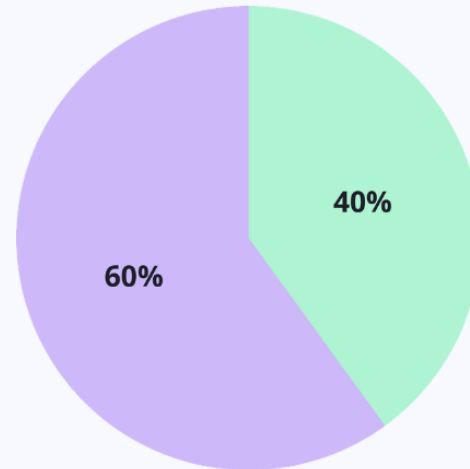
0

ЗАГАЛОМ

5

Результати опитування аспірантів (6/6)

НАСКІЛЬКИ ВИ ЗАДОВОЛЕНІ ВЗАЄМОДІЄЮ З НАУКОВИМ КЕРІВНИКОМ?



Кількість отриманих
відповідей

ПОВНІСТЮ
ЗАДОВОЛЕНИЙ(А)

2

СКОРІШЕ
ЗАДОВОЛЕНИЙ(А)

3

ЧАСТКОВО
ЗАДОВОЛЕНИЙ(А)

0

СКОРІШЕ НЕ
ЗАДОВОЛЕНИЙ(А)

0

ЗОВСІМ НЕ
ЗАДОВОЛЕНИЙ(А)

0

ВАЖКО ВІДПОВІСТИ

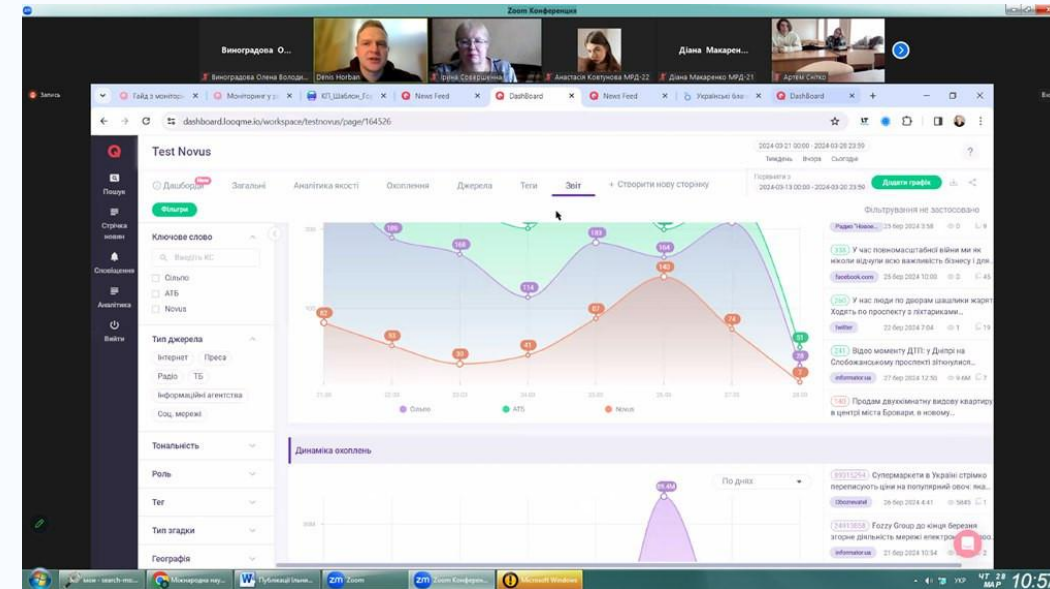
0

ЗАГАЛОМ

5

Репутація бренду в ЗМІ та соцмережах

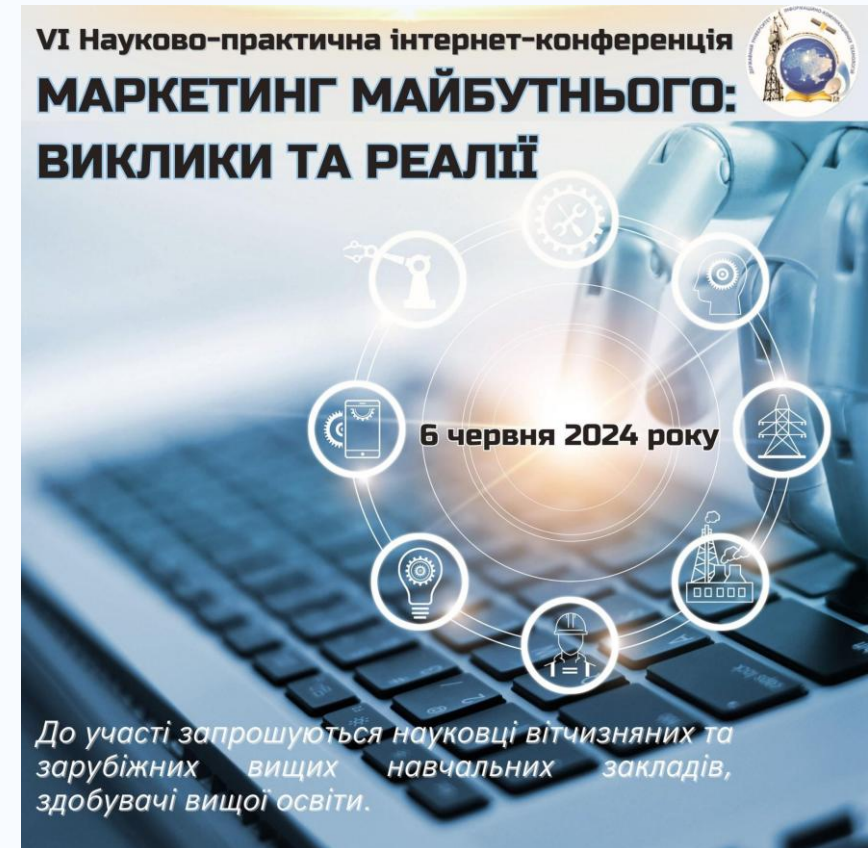
28 березня 2024 року аспіранти взяли участь у гостьовій онлайн-лекції «Моніторинг та аналіз репутації бренду в ЗМІ та соцмережах», яку провів Денис Горбань - керівник відділу продажів продуктової ІТ-компанії LOOQME. Студенти розібрали автоматизований медіамоніторинг, SERM, аналіз згадок бренду та конкурентів,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



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Запрошення до наукової конференції

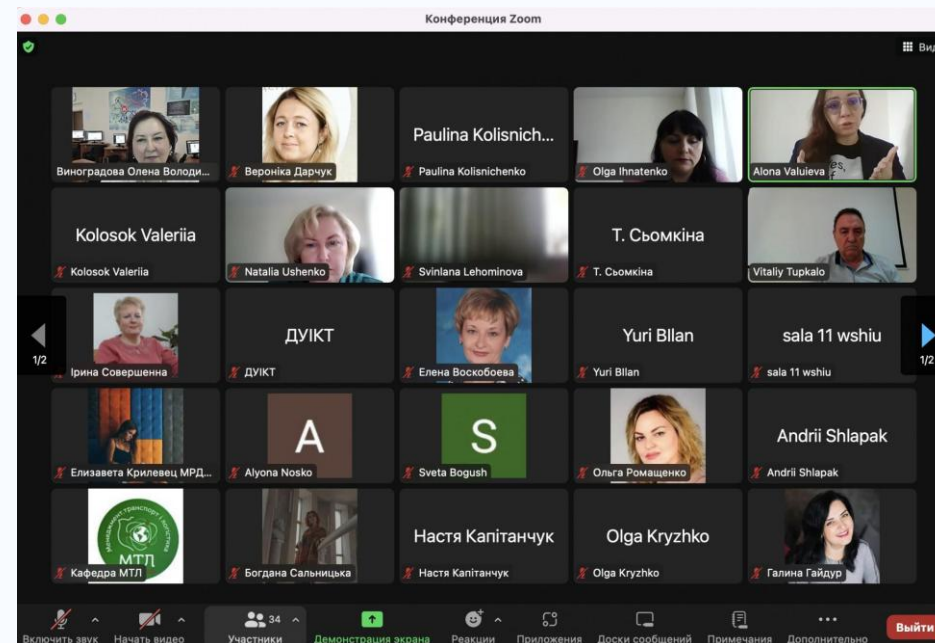
1 травня 2024 року кафедра Маркетингу ДУІКТ оголосила про проведення VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії», запланованої на 6 червня 2024 року. До дистанційної участі українською та англійською мовами запросили науковців і здобувачів вищої освіти, зокрема аспірантів. Програма охоплювала цифровий маркетинг, чинники результативності бізнесу, економіку й менеджмент підприємницької діяльності та інноваційні методики навчання. Для аспірантів участь у такому заході є складовою дослідницької підготовки: дає змогу співвіднести тему дисертації з актуальними науковими напрямками, долучитися до фахової дискусії та підготувати результати власного дослідження до подальшої апробації.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Маркетинг майбутнього: виклики та реалії

6 червня 2024 року відбулася VI Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії», що об'єднала науковців, практиків і здобувачів вищої освіти з України, Шотландії, Великої Британії, Польщі та Казахстану. Для аспірантів кафедри Маркетингу цей науковий майданчик став можливістю працювати в міжнародному академічному середовищі, співвідносити власні дисертаційні дослідження з актуальними проблемами розвитку маркетингу, апробувати наукові підходи у фаховому обговоренні та розширювати мережу професійних контактів, необхідних для подальшої підготовки PhD.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Зустріч з аспірантами кафедри маркетингу

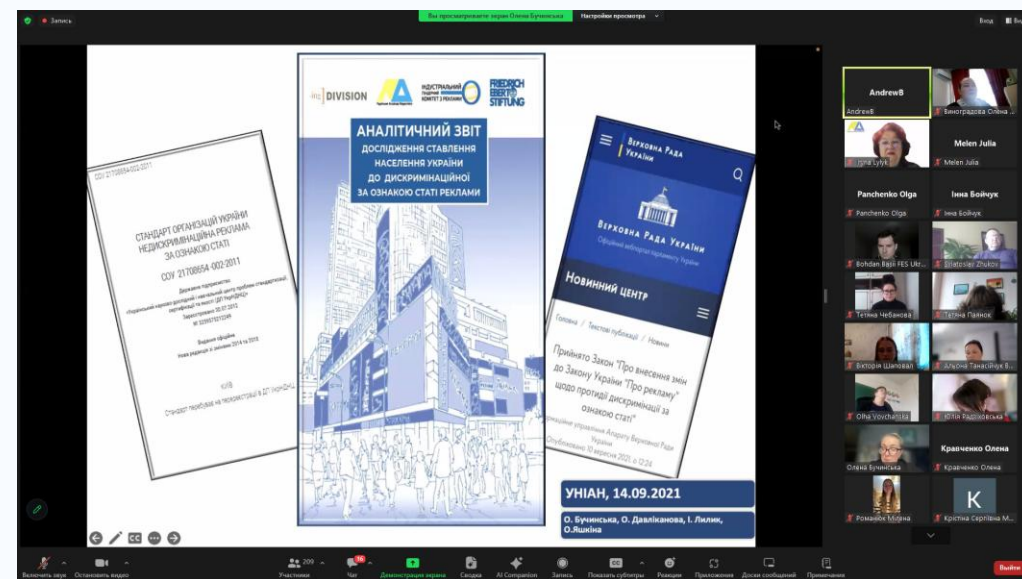
1 листопада 2024 року на кафедрі Маркетингу ДУІКТ підбили проміжні підсумки наукової роботи аспірантів - здобувачів ступеня доктора філософії. Під час розширеного засідання аспіранти представили результати виконаних досліджень, публікації наукових ідей у статтях і тезах доповідей та досвід участі у наукових конференціях. Наукові керівники оцінили отримані результати й визначили подальші завдання. Завідувачка кафедри, доктор економічних наук, професор Олена Виноградова наголосила на своєчасному виконанні індивідуальних планів, дотриманні академічної доброчесності та можливостях участі аспірантів у грантових проєктах, наукових заходах і програмах академічної мобільності.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Реклама без стереотипів

3 грудня 2024 року аспіранти 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 аспірантів це поглибило компетентності з етики маркетингових комунікацій, оцінювання рекламного контенту та формування відповідальних бренд-стратегій.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

День маркетолога 2024

Аспіранти 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 аспірантів захід став можливістю підсумувати власний досвід навчання, підтримати професійну спільноту та відчувати наступність між навчанням і майбутньою кар'єрою.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)