



Навчально- наукова активність аспірантів у 2026 році



Основні події, практичні
активності та результати року

Події 2026 року (1/2)

ДАТА ПУБЛІКАЦІЇ	ПОДІЯ
12.02.2026	<u>Опитування аспірантів ОНП «Маркетинг»</u>
27.02.2026	<u>Модернізація освітніх програм</u>
02.04.2026	<u>10 років кафедрі Маркетингу</u>
03.04.2026	<u>UI/UX, SEO та Accessibility сайту</u>
06.04.2026	<u>Ювілей кафедри: творчість і вдячність</u>
25.05.2026	<u>Апробація досліджень: digital-трансформація</u>
02.06.2026	<u>Міжнародне стажування Іллі Молокова</u>
05.06.2026	<u>Синергія маркетингу та міжнародної співпраці: представник ДУІКТ успішно завершив міжнародне наукове стажування в Katowice Business University!</u>

Події 2026 року (2/2)

ДАТА ПУБЛІКАЦІЇ	ПОДІЯ
09.06.2026	<u>Міжнародний досвід у маркетингу</u>
11.06.2026	<u>Стрес під контролем: щоденна стійкість</u>
12.06.2026	<u>Маркетинг майбутнього: виклики та реалії</u>
12.06.2026	<u>Академічна доброчесність у науковому пошуку</u>
17.06.2026	<u>Звіти аспірантів: результати наукової роботи</u>
30.06.2026	<u>Цифровий профіль дослідника: URIS та ORCID</u>
20.07.2026	<u>Сучасні навички performance-маркетингу</u>

Опитування аспірантів ОНП «Маркетинг»

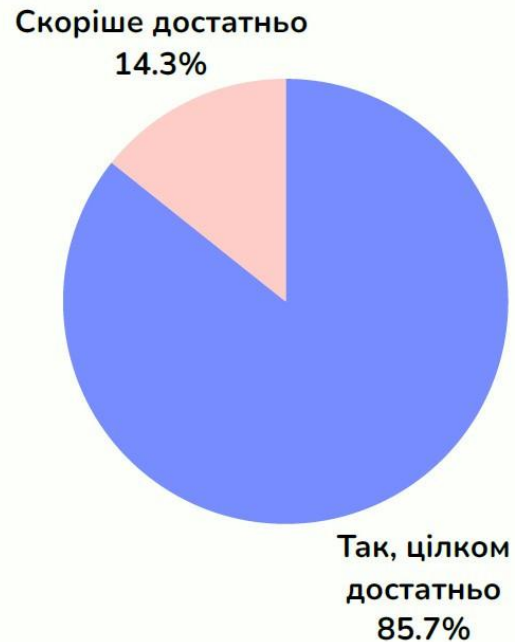
На кафедрі Маркетингу проаналізували результати опитування аспірантів освітньо-наукової програми «Маркетинг» за 2025–2026 навчальний рік. 71,4% здобувачів повністю задоволені навчанням, 28,6% — скоріше задоволені; 100% респондентів підтвердили формування компетентностей, необхідних для самостійного проведення наукових досліджень, а якість викладання та науково-консультаційного супроводу всі учасники оцінили на 5 балів. Аспіранти також відзначили поєднання навчання з реальною науковою роботою, підтримку дисертаційних досліджень та можливості участі у наукових заходах; пропозиції здобувачів враховано під час подальшого вдосконалення ОНП.

[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

7 аспірантів · оцінювання освітньо-наукової програми

Результати опитування аспірантів (1/9)

ЧИ ДОСТАТНЬО В МЕЖАХ ПРОГРАМИ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ УЧАСТІ В НАУКОВИХ КОНФЕРЕНЦІЯХ, СЕМІНАРАХ, КРУГЛИХ СТОЛАХ ТА ІНШИХ АКАДЕМІЧНИХ ЗАХОДАХ?



Кількість отриманих
відповідей

ТАК, ЦІЛКОМ
ДОСТАТНЬО

6

СКОРІШЕ
ДОСТАТНЬО

1

ВАЖКО
ВІДПОВІСТИ

0

СКОРІШЕ
НЕДОСТАТНЬО

0

НІ, НЕДОСТАТНЬО

0

7

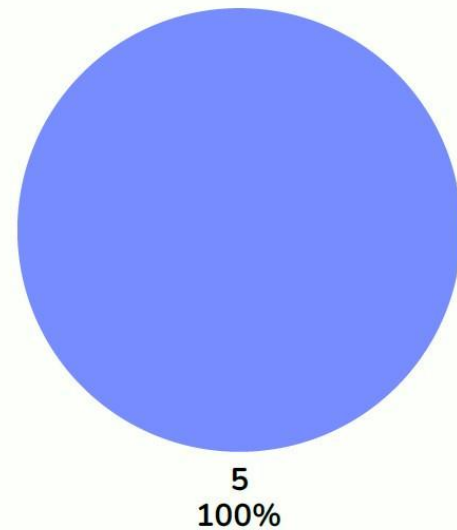
Результати опитування аспірантів (2/9)

НАСКІЛЬКИ ЗМІСТ ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ ВІДПОВІДАЄ ВАШИМ НАУКОВИМ ІНТЕРЕСАМ І ТЕМІ ДОСЛІДЖЕННЯ?



Результати опитування аспірантів (3/9)

ЯК ВИ ОЦІНЮЄТЕ ЯКІСТЬ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН ОСВІТНЬО-НАУКОВОЇ ПРОГРАМИ?
(ЗА 5-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ, ДЕ 5 – ВІДМІННО, 1 – НЕЗАДОВІЛЬНО)



Кількість отриманих
відповідей

5

7

4

0

3

0

2

0

1

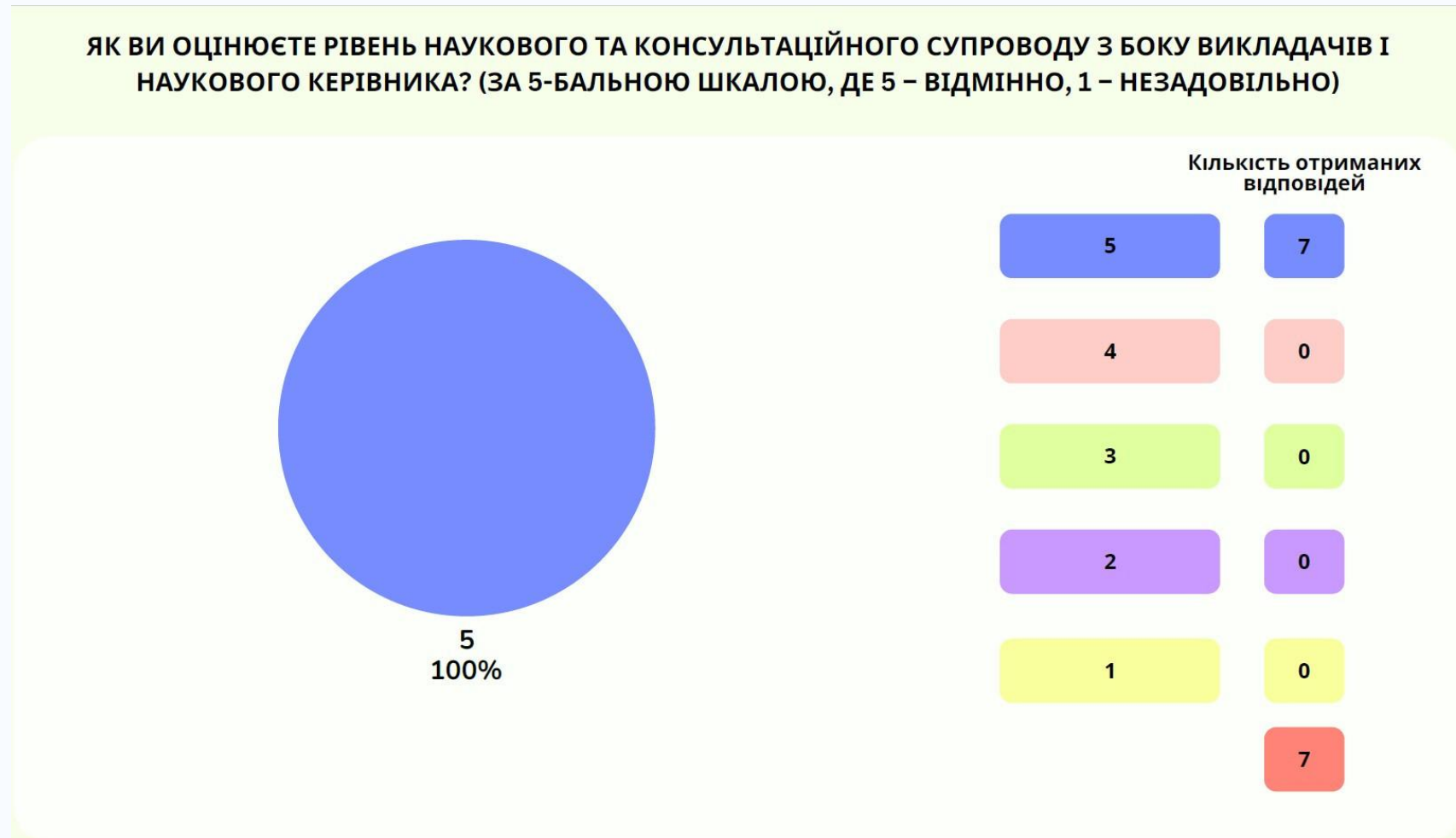
0

7

Результати опитування аспірантів (4/9)



Результати опитування аспірантів (5/9)

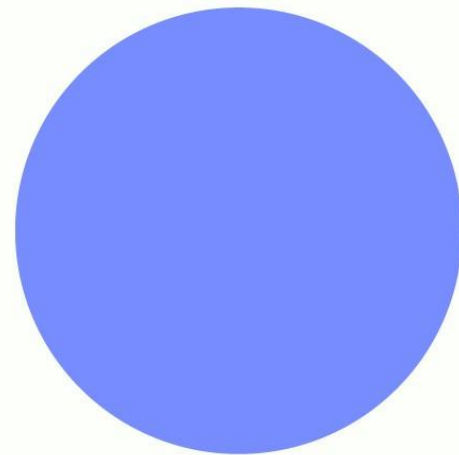


Результати опитування аспірантів (6/9)



Результати опитування аспірантів (7/9)

ЯК ВИ ОЦІНЮЄТЕ РІВЕНЬ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ ТА ДОТРИМАННЯ ЕТИЧНИХ НОРМ В ОСВІТНЬО-НАУКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ?



Дуже високий
100%

Кількість отриманих
відповідей

ДУЖЕ ВИСОКИЙ

7

ДОСТАТНІЙ

0

СЕРЕДНІЙ

0

НИЗЬКИЙ

0

ВАЖКО
ВІДПОВІСТИ

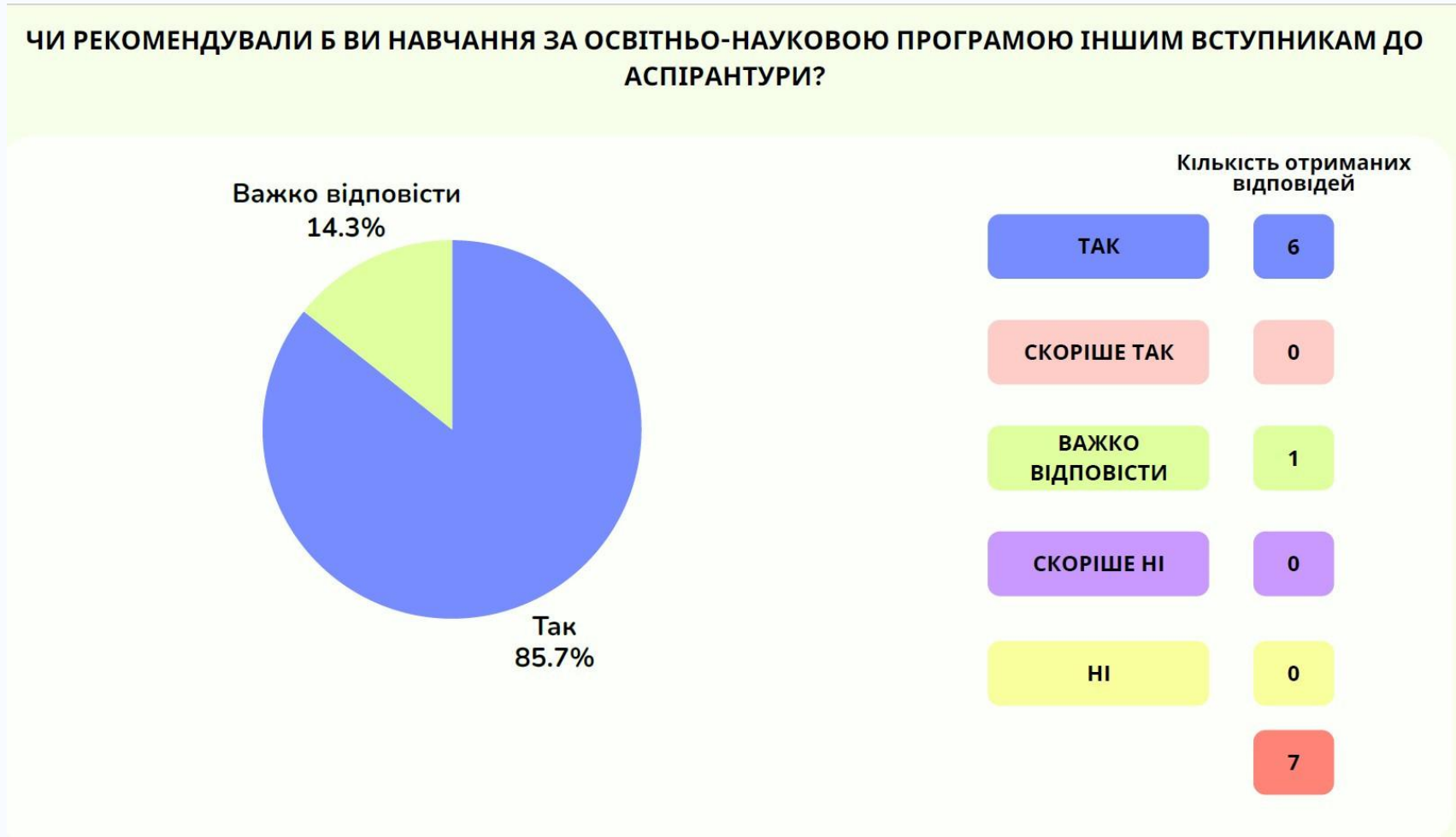
0

7

Результати опитування аспірантів (8/9)

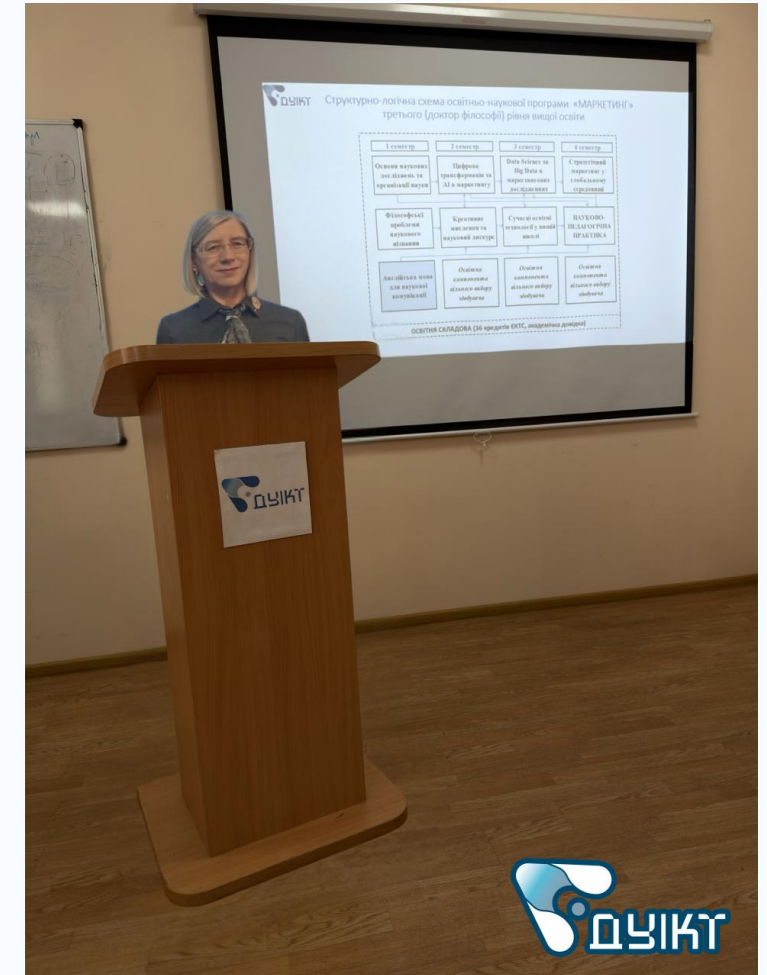


Результати опитування аспірантів (9/9)



Модернізація освітніх програм

19 лютого 2026 року на кафедрі Маркетингу ДУІКТ відбулося обговорення освітньо-професійних та освітньо-наукових програм. Під час зустрічі розглянули напрями оновлення змісту програми, освітніх компонентів, розвитку дослідницьких компетентностей та посилення практичної складової підготовки аспірантів. Із пропозиціями щодо подальшого вдосконалення програми виступила її гарант Сьомкіна Тетяна Віталіївна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри Маркетингу.



Переглянути новину на сайті ДУКТ

10 років кафедрі Маркетингу

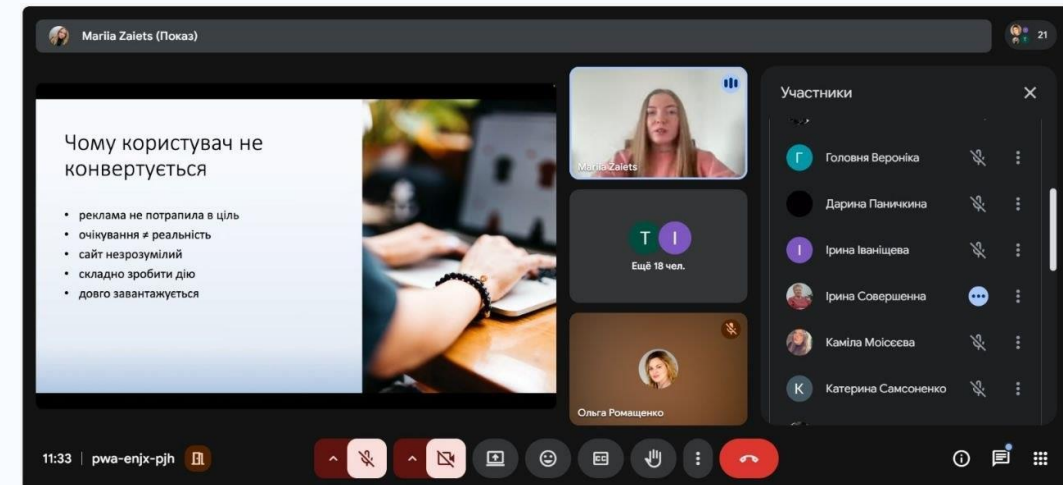
1 квітня 2026 року кафедра Маркетингу ДУІКТ відзначила 10-річчя, підбивши підсумки розвитку освітніх програм, партнерств і підготовки фахівців. Для аспірантської підготовки важливо, що кафедра забезпечує розвиток третього освітньо-наукового рівня, формує наукове середовище та підтримує дослідницьку діяльність здобувачів. Аспіранти долучаються до наукових заходів, публікаційної діяльності та професійної комунікації, продовжуючи академічні традиції кафедри.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

UI/UX, SEO та Accessibility сайту

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 аспірантів тема має науково-практичне значення, оскільки демонструє взаємозв'язок маркетингу та сучасних цифрових технологій. Розгляд питань UI/UX, пошукової оптимізації та доступності сайтів розширює розуміння підходів до дослідження цифрового середовища та може бути корисним під час підготовки наукових публікацій, дисертаційних досліджень і реалізації прикладних маркетингових проєктів.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Ювілей кафедри: творчість і вдячність

1 квітня 2026 року спільнота кафедри Маркетингу долучилася до святкування її 10-річчя, підтримавши спільні ініціативи, творчі привітання та ювілейні заходи. Для здобувачів третього освітньо-наукового рівня ця подія підкреслила наступність академічних і професійних традицій кафедри: аспіранти є частиною середовища, яке об'єднує студентів, викладачів, науковців і випускників та сприяє формуванню сталої наукової спільноти.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Апробація досліджень: digital-трансформація

21 травня 2026 року аспіранти кафедри Маркетингу представили результати власних досліджень на II Міжнародній науково-практичній конференції «Синергія інновацій: політика, економіка та менеджмент в цифровому світі». Олексій Жоголев виступив із доповіддю «Особливості системи управління маркетинговими дослідженнями IoT-пристроїв», зосередившись на зборі та аналізі маркетингових даних, поведінці споживачів smart-пристроїв, Big Data та штучному інтелекті. Володимир Павлов презентував дослідження «Цифрові інструменти просування smart-технологій у сучасному маркетинговому середовищі», у якому проаналізував соціальні мережі, контент-маркетинг, таргетовану рекламу, SEO та автоматизацію комунікацій. Участь дала аспірантам можливість апробувати результати дисертаційних досліджень у фаховому науковому середовищі.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Міжнародне стажування Іллі Молокова

29 травня 2026 року аспірант кафедри маркетингу Ілля Молоков успішно завершив науково-педагогічне стажування за програмою міжнародної мобільності в Akademia Górnośląska im. Wojciecha Korfanteo w Katowicach (Польща), яке тривало з 27 квітня до 29 травня 2026 року. Під час стажування він вивчав організацію освітньої та наукової роботи, методики викладання Digital Marketing і застосування AI, відвідував заняття з Marketing, International and Global Marketing, Brand Management та Research Methodology and Organization, а також аналізував досвід взаємодії університету з бізнесом. Отриманий міжнародний досвід посилив його дослідницьку та науково-педагогічну підготовку як здобувача PhD.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Синергія маркетингу та міжнародної співпраці

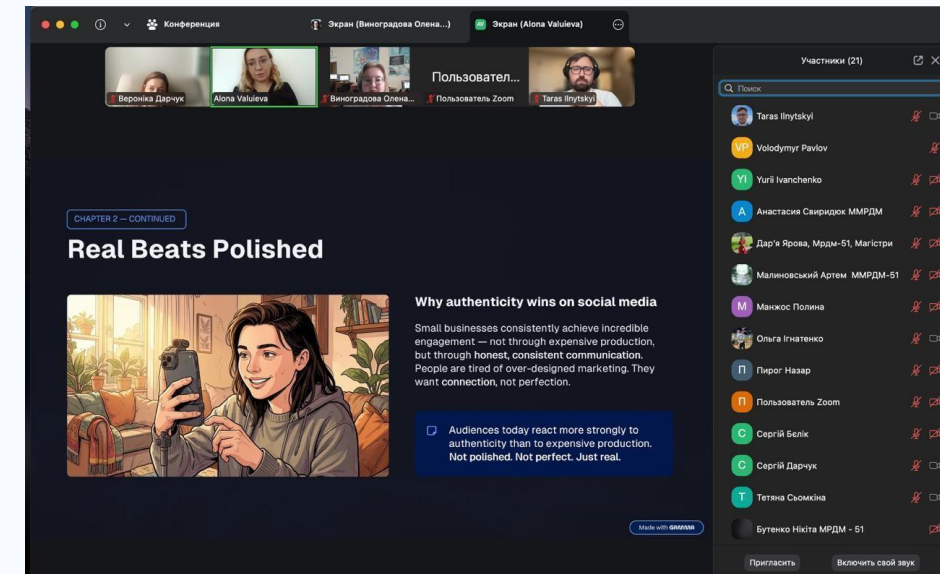
Тарас Ільницький, здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії 3 року підготовки за спеціальністю 075 Маркетинг та провідний фахівець відділу міжнародних зв'язків Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій, успішно взяв участь у міжнародній освітній академічній мобільності на базі Верхньосілезької Академії імені Войцеха Корфанти в Катовицях (Katowice Business University), м. Катовиці, Республіка Польща. Програма мобільності тривала з 20 квітня по 24 травня 2026 року та включала дистанційний етап на платформі Zoom, а також безпосереднє стажування в Katowice Business University з 11 по 22 травня 2026 року.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Міжнародний досвід у маркетингу

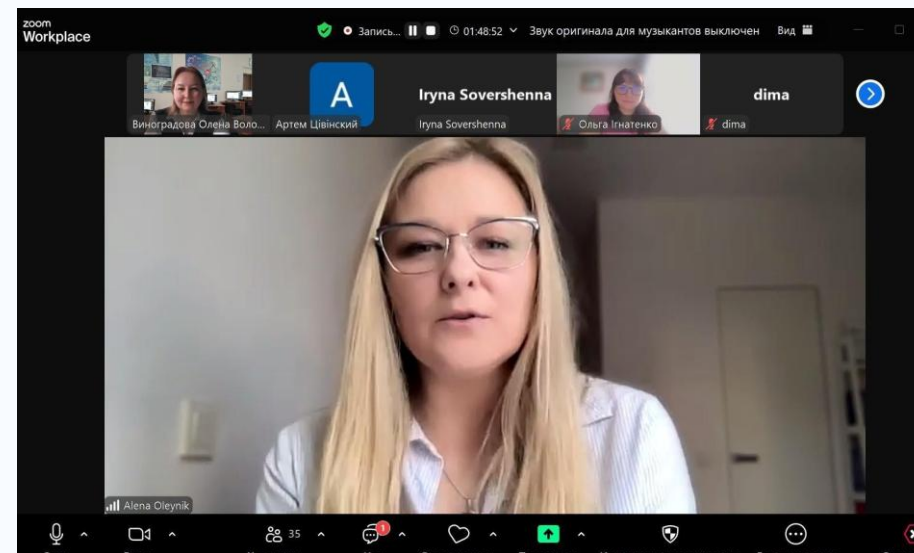
7 червня 2026 року здобувачі ступеня доктора філософії 1–3 років навчання взяли участь у відкритій лекції маркетингині та менеджерки міжнародних проєктів Union Media & Azzuro (Шотландія, Велика Британія) Альони Валуєвої. Аспіранти обговорили відмінності українського й британського ринків, особливості споживчої поведінки, сприйняття рекламного контенту та побудови комунікацій із брендом. Практичні міжнародні кейси стали додатковим матеріалом для наукового аналізу і допомогли здобувачам ширше розглядати маркетингові явища у власних дисертаційних дослідженнях.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Стрес під контролем: щоденна стійкість

9 червня 2026 року Аспіранти спеціальності «Маркетинг» взяли участь у психологічному тренінгу «Стрес під контролем: практичні інструменти щоденної стійкості», який провела клінічна психологиня та сертифікована арттерапевтка Альона Олейнік. З огляду на навантаження, пов'язане з підготовкою дисертацій, публікацій і дотриманням академічних дедлайнів, молоді науковці практично опрацювали техніку «5-4-3-2-1», вправу «Коло впливу», формування «Ресурсного листа» та власних «якорів» стійкості. Отримані інструменти спрямовані на збереження працездатності та психологічної рівноваги під час тривалого наукового пошуку.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Маркетинг майбутнього: виклики та реалії

10 червня 2026 року Аспіранти кафедри Маркетингу долучилися до VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг майбутнього: виклики та реалії», організованої кафедрою Маркетингу ДУІКТ. Конференція об'єднала українських і закордонних науковців, представників бізнесу, викладачів та здобувачів і дала молодим дослідникам можливість включитися у професійну дискусію щодо сучасних трансформацій маркетингу, зіставити власні наукові напрацювання з актуальними підходами та окреслити напрями подальших дисертаційних досліджень.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Академічна доброчесність у науковому пошуку

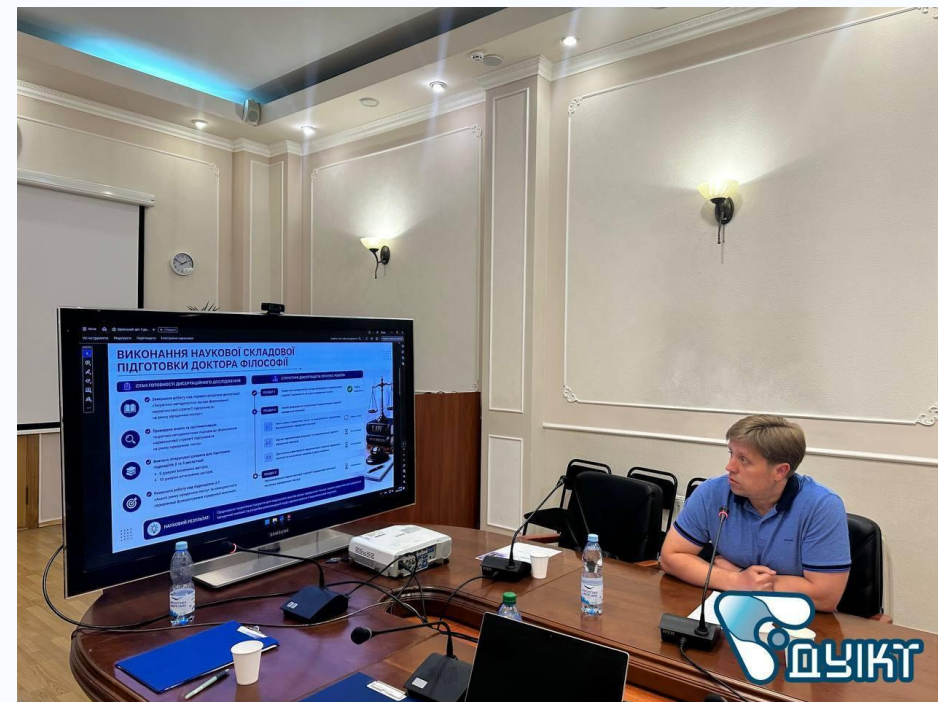
10 червня 2026 року Для аспірантів 1–3 років навчання спеціальності «Маркетинг» гарант освітньо-наукової програми, доктор економічних наук, професор Тетяна Сьомкіна провела відкриту лекцію з академічної доброчесності. Здобувачі PhD розглянули правила коректного цитування й оформлення джерел, недопущення плагіату та самоплагіату, відповідальність автора за оприлюднення наукових результатів, а також етичні межі використання штучного інтелекту під час підготовки дисертацій і наукових статей. Захід був спрямований саме на формування культури відповідального дослідника та якісного дисертаційного пошуку.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Звіти аспірантів: результати наукової роботи

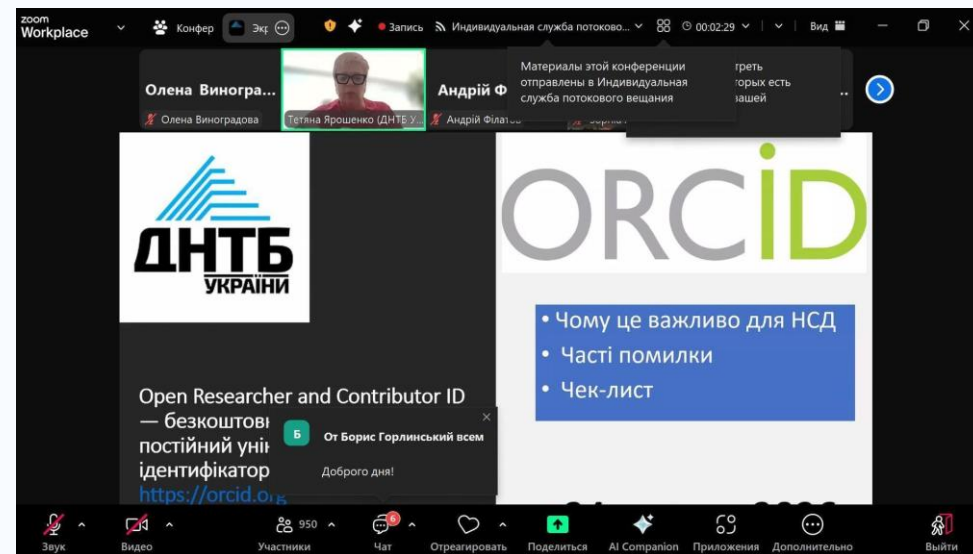
10 червня 2026 року на кафедрі Маркетингу заслухали звіти аспірантів про виконання індивідуальних планів і результати науково-дослідної роботи. Аспіранти третього року навчання Т. Ільницький, І. Молоков, Д. Гуріненко, В. Павлов та О. Жоголев представили результати роботи над другими розділами дисертацій, наукові публікації та подальші етапи досліджень; Т. Ільницький та І. Молоков також відзвітували про міжнародне стажування у Польщі. Аспірант другого року Артем Цівінський повідомив про завершення першого розділу дисертації, а аспіранка першого року Олена Єнчева та С. Дарчук (поза аспірантурою) - про виконання освітньої складової й формування теоретичної бази майбутніх дисертацій. Звіти були схвалені та рекомендовані до затвердження.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Цифровий профіль дослідника: URIS та ORCID

24-25 червня 2026 року завідувачка кафедри Маркетингу Олена Виноградова та гарант освітньо-наукової програми «Маркетинг» Тетяна Сьомкіна долучилися до практичних вебінарів Міністерства освіти і науки України та Державної науково-технічної бібліотеки України щодо запуску модуля «Національна система дослідників» у системі URIS та роботи з ORCID. Отримані знання безпосередньо важливі для аспірантів: коректне ведення цифрового профілю дослідника, ідентифікація наукових результатів і представлення публікацій є складовими сучасної підготовки здобувачів ступеня PhD.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)

Сучасні навички performance-маркетингу

14-18 травня 2026 року аспіранти кафедри Маркетингу Олена Ёнчева, Артем Цівінський, Олексій Жоголев, Ілля Молоков і Володимир Павлов пройшли 30-годинний тренінг «Performance marketing. Сучасні навички маркетолога» та отримали сертифікати про підвищення кваліфікації. Для молодих науковців це стало можливістю поєднати дисертаційні дослідження із сучасною практикою performance-маркетингу, поглибити роботу з цифровими каналами, аналітикою та оцінюванням ефективності маркетингових рішень.



[Переглянути новину на сайті ДУІКТ](#)