

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вчена рада Державного податкового
університету

від «12» 07 2024 № 19

ВВЕДЕНО В ДІЮ

наказ Державного податкового
університету

від «12» 07 2024 № 950

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг та бізнес-аналітика» /

«Marketing and business analytics»

(ID 63954)

(нова редакція для вступу 2024 року)

Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти</i>
Ступінь вищої освіти	<i>Бакалавр</i>
Галузь знань	<i>07 «Управління та адміністрування» 07 «Management and administration»</i>
Спеціальність	<i>075 «Маркетинг» 075 «Marketing»</i>
Код і найменування галузі за Міжнародною стандартною класифікацією освіти	<i>0414 «Маркетинг і реклама» 0414 «Marketing and advertising»</i>
Кваліфікація	<i>Бакалавр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Маркетинг та бізнес-аналітика» Bachelor of Marketing in educational and professional program «Marketing and business analytics»</i>
Відповідає вимогам стандарту освітньої діяльності	<i>наказ МОН України «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти» від 05.12.2018 № 1343</i>

СХВАЛЕНО

Науково-методичною радою
Університету,

від «09» 07 2024 № 11

Ірпінь – 2024

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою кафедри облікових технологій та бізнес-аналітики, кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування у складі:

1. **Паянок Т.М.**, гарант програми, керівник робочої групи, к.е.н., доцент, завідувач кафедри облікових технологій та бізнес-аналітики;
2. **Савченко А.М.**, к.е.н., доцент, заступник з навчально-методичної роботи факультету податкової справи, обліку та аудиту, доцент кафедри аудиту та економічного аналізу;
3. **Слюсарева Л.В.**, д.е.н., професор, професор кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування;
4. **Параниця Н.В.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри облікових технологій та бізнес-аналітики.

Рецензії та відгуки стейкхолдерів на освітньо-професійну програму:

1. ТОВ «ХЮДЖ-ПАВЕР МАРКЕТИНГ», директор Гальчинська Ю.
2. Сумський національний аграрний університет, проректор з наукової та міжнародної діяльності, д.е.н., професор кафедри маркетингу та логістики Данько Ю.
3. Президент ГО «Українська Асоціація Маркетингу», к.е.н., доцент Лилик І.
4. ТОВ «ШИЛЗ», фінансовий директор Чебан О.
5. ТОВ «МК МЕРЧАНТС Україна», аналітик консолідованої інформації відділу аналітики та оптимізації бізнес-процесів Яцев Д., директор Бердник О.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг та бізнес-аналітика» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» розроблена відповідно до Закону України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII (зі змінами та доповненнями), постанов Кабінету Міністрів України: «Про затвердження Національної рамки кваліфікацій» від 23.11.2011 № 1341 (в редакції постанови КМУ від 25.06.2020 № 519), «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 № 1187 (в редакції постанови КМУ від 24.03.2021 № 365), Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, затвердженого наказом МОН від 05.12.2018 № 1343.

Освітньо-професійна програма визначає передумови доступу до навчання, орієнтацію та основний фокус програм, обсяг кредитів ЄКТС, необхідний для здобуття ступеня вищої освіти бакалавр, перелік загальних та спеціальних (фахових) компетентностей, нормативний і варіативний зміст підготовки фахівця, сформульований у термінах результатів навчання та вимоги до контролю якості вищої освіти.

1. Профіль освітньої програми «Маркетинг та бізнес-аналітика» / «Marketing and business analytics»

1 – Загальна інформація	
Повна назва закладу освіти та структурного підрозділу	Державний податковий університет / State Tax University Факультет податкової справи, обліку та аудиту / Faculty of taxation, accounting and audit
Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	Ступінь вищої освіти – Бакалавр / Degree of higher education – Bachelor Спеціальність – 075 «Маркетинг» / Specialty – 075 «Marketing» Освітня кваліфікація – бакалавр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Маркетинг та бізнес-аналітика» / «Marketing and business analytics»
Офіційна назва освітньої програми	Маркетинг та бізнес-аналітика / Marketing and business analytics
Тип диплому та обсяг освітньої програми	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців. Для здобуття освітнього ступеня бакалавра: на базі повної загальної середньої освіти – 240 кредитів ЄКТС; на базі ступеня «молодший бакалавр» (освітньо-кваліфікаційного рівня «молодший спеціаліст») Університет має право визнати та перезарахувати кредити ЄКТС, отримані в межах попередньої освітньої програми підготовки молодшого бакалавра (молодшого спеціаліста): -спеціальностей галузі знань 07 «Управління та адміністрування», а також спеціальності 051 «Економіка» – не більше, ніж 120 кредитів ЄКТС; -інших спеціальностей – не більше, ніж 60 кредитів ЄКТС; -на основі ступеня «фаховий молодший бакалавр» заклад вищої освіти має право визнати та

	перезарахувати не більше ніж 60 кредитів ЄКТС, отриманих за попередньою освітньою програмою фахової передвищої освіти. 75% обсягу освітньої програми спрямовано на забезпечення загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти. Bachelor's degree, single, 240 ECTS credits. The term of study is 3 years and 10 months. According to the shortened program: 120 ECTS credits. The term of study is 1 year and 10 months. According to the shortened program: 180 ECTS credits. The term of study is 2 years and 10 months. To obtain a bachelor's degree on the basis of complete general secondary education - 240 ECTS credits; on the basis of the "junior bachelor" degree (educational and qualification level "junior specialist"), the higher education institution has the right to recognize and re-enroll ECTS credits received within the framework of the previous educational program of the junior bachelor (junior specialist): -specialties of the field of knowledge 07 "Management and administration", as well as specialty 051 "Economics" - no more than 120 ECTS credits; -other specialties - no more than 60 ECTS credits; -on the basis of the "professional junior bachelor" degree, the higher education institution has the right to recognize and re-enroll no more than 60 ECTS credits received under the previous educational program of professional pre-higher education. Minimum it must be directionally the 50% volume of the educational program on providing of general and special(professional) компетентностей after speciality, certain this Standard of higher education.
Наявність акредитації	-
Цикл / рівень	НРК України – 6 рівень, FQ-EHEA – перший, EQF-LLL – 6 рівень
Передумови	Особа має право здобувати ступінь бакалавра за умови наявності повної загальної середньої освіти, на основі ступенів «молодший бакалавр», «фаховий молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційного

	рівня «молодший спеціаліст» здійснюється за результатами зовнішнього незалежного оцінювання в порядку, визначеному законодавством
Мова(и) викладання	Українська / Ukrainian
Термін дії освітньої програми	до введення в дію нової освітньо-професійної програми / before introduction in an action of the new educational-professional program
Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми	http://surl.li/roxxf

2 – Мета освітньої програми

Метою освітньо-професійної програми є формування: сучасного кадрового потенціалу з активною громадянсько-патріотичною позицією; професійна підготовка і розвиток висококваліфікованих фахівців у сфері маркетингу та бізнес-аналітики, здатних вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов; позитивного іміджу Університету, як закладу вищої освіти що сприяє формуванню світогляду поколінь та забезпечує особистий успіх і розвиток держави.

3 – Характеристика освітньої програми

Предметна область	Галузь знань: 07 «Управління і адміністрування» Спеціальність: 075 «Маркетинг» ОПП: «Маркетинг та бізнес-аналітика» Об'єкт: маркетингова діяльність та бізнес-аналітика як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності та бізнес-аналітики, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу та бізнес-аналітики, як сучасної концепції управління бізнесом; понятійнокатегорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення
--------------------------	--

	маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, методики, процедури організації здійснення маркетингової діяльності та бізнес-аналітики; Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи, програмні продукти необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень. Обов'язкова складова – 75% (в т.ч. практична складова – 2,5 %) Вибіркова складова – 25%
Орієнтація освітньої програми	Освітньо-професійна програма для підготовки здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня. Структура програми передбачає орієнтацію на сучасні наукові дослідження в галузі економічних дисциплін та має виражену міждисциплінарну спрямованість, вивчає вплив макро- та мікроекономічних подій, явищ та інноваційних процесів, правових та податкових відносин у світових процесах глобалізації та інформатизації на вимоги до маркетингової та аналітичної діяльності; орієнтує та визначає професійну кар'єру, спрямовану на підготовку його до активної творчої, наукової та практичної діяльності в умовах формування ринкової економіки, формування аналітичних та організаційних навичок для здійснення ефективної економічної діяльності відповідно до тенденцій соціально-економічного розвитку України, набуття широкого світогляду, впевненості та компетентності з широкого кола питань методології організації маркетингової діяльності та бізнес-аналізу, що дозволить володіти системним мисленням та активним діловим спілкуванням, які б змогли зробити внесок в розвиток бізнес-діяльності і поєднувати високий професіоналізм і психологічну адаптованість.
Основний фокус освітньої програми	освіта в предметній області маркетингу з глибокими знаннями використання інструментів та методів бізнес-аналізу. <i>Ключові слова:</i> маркетинг, бізнес-аналітика, інструменти бізнес-аналізу, управління маркетинговою діяльністю.

Особливості програми	Набуття hard-skills при вивченні дисциплін аналітичного спрямування; прикладний аспект та застосування реальних кейсів при викладанні дисциплін; моделювання управлінських рішень на основі маркетингової інформації
4 – Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
Придатність до працевлаштування	Бакалавр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Маркетинг та бізнес-аналітика» має високий рівень теоретичної підготовки, спеціальні знання, поглиблену спеціалізовану фахову підготовку, що дозволяє займати такі первинні посади за кодами Класифікатора професій ДК 003 – 2010: 1233 Начальник відділу збуту (маркетингу), Директор з маркетингу 1234 Начальник відділу (з реклами, зв'язків з громадськістю) 1475.4 Менеджер (управитель) з маркетингу 1476.1 Менеджер (управитель) з реклами 2122.2 Економіст-статистик (прикладна статистика) 2419.1 Науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва), молодший науковий співробітник (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва), науковий співробітник-консультант (маркетинг, ефективність господарської діяльності, раціоналізація виробництва) 2419.2 Рекламист 2419.2 Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог) 2419.2 Економіст із збуту 2419.2 Консультант з маркетингу 3419 Організатор із збуту 3434 Асистент економіста-статистика
Подальше навчання	Навчання на другому (магістерському) рівні. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти. / Education at the second (master`s) level. Acquisition of additional qualifications in the system of postgraduate education.
5 – Викладання та оцінювання	
Викладання та навчання	Студентоцентроване навчання, проблемно-орієнтоване навчання, навчання в порталі

	дистанційної освіти Moodle, самонавчання, навчання на основі досліджень. Викладання проводиться у вигляді: лекцій (мультимедійних, інтерактивних), семінарів, лабораторних занять, самостійного навчання, індивідуальних занять, консультацій із викладачами, тренінгів, ділових ігор.
Оцінювання	Контрольні роботи, письмові екзамени, диференційовані заліки, комп'ютерне тестування, презентації, кейси, письмові есе, портфоліо, захист звіту з виробничої практики, захист курсових робіт.
6 – Програмні компетентності	
Інтегральна компетентність (ІК)	Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.
Загальні компетентності (ЗК)	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями. ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні. ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

	ЗК10. Здатність спілкуватися іноземною мовою. ЗК11. Здатність працювати в команді. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності). ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті. ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо. ЗК15. Здатність ухвалювати рішення та діяти, дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.
Спеціальні компетентності	СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу. СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі. СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу. СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності. СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності. СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності. СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності. СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

	СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу. СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі. СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.
--	--

7 – Програмні результати навчання (ПРН)

ПРН1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності. ПРН2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності. ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. ПРН5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПРН6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати	PLO1. Demonstrate knowledge and understanding of the theoretical foundations and principles of marketing activities. PLO2. Analyze and forecast market phenomena and processes based on the application of fundamental principles, theoretical knowledge and applied skills of marketing activities. PLO3. Apply acquired theoretical knowledge to solve practical tasks in the field of marketing. PLO4. Collect and analyze the necessary information, calculate economic and marketing indicators, substantiate management decisions based on the use of the necessary analytical and methodical tools. PLO5. Identify and analyze the key characteristics of marketing systems of various levels, as well as the peculiarities of the behavior of their subjects. PLO6. To determine the functional areas of the marketing activity of the market entity and their interrelationships in the management system, to calculate the relevant indicators that characterize the effectiveness of such activities. PLO7. Use digital information and communication technologies, as well as software products necessary for the proper implementation of marketing activities and the practical application of marketing tools. PLO8. Apply innovative approaches to the implementation of marketing activities of a market entity, flexibly adapt to changes in the marketing environment.
--	---

відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

ПРН7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.

ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН9. Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

ПРН10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.

ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

PLO9. Assess the risks of conducting marketing activities, establish the level of uncertainty of the marketing environment when making management decisions.

PLO10. Explain information, ideas, problems and alternative options for making management decisions to specialists and non-specialists in the field of marketing, representatives of various structural units of the market entity.

PLO11. Demonstrate the ability to apply an interdisciplinary approach and perform the marketing functions of a market entity.

PLO12. Demonstrate the skills of independent work, flexible thinking, openness to new knowledge, be critical and self-critical.

PLO13. To be responsible for the results of one's activity, to show entrepreneurial and managerial initiative skills.

PLO14. Perform functional duties in the group, offer reasonable marketing solutions.

PLO15. To act socially responsible and socially conscious on the basis of ethical principles of marketing, respect for cultural diversity and values of civil society with respect for individual rights and freedoms.

PLO16. To meet the requirements of a modern marketer, to raise the level of personal professional training.

PLO17. Demonstrate written and oral professional communication skills in national and foreign languages, as well as proper use of professional terminology.

PLO18. Demonstrate responsibility in relation to moral, cultural, scientific values and achievements of society in professional marketing activities.

ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПРН14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення. ПРН15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості. ПРН16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки. ПРН17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології. ПРН18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності. ПРН19. Демонструвати знання дотримуючись принципу неприпустимості корупції та будь-яких інших проявів недоброчесності.	
8 – Ресурсне забезпечення реалізації програми	
Кадрове забезпечення	Гарант – Паянок Тетяна Миколаївна, к.е.н., доцент, завідувач кафедри облікових технологій та бізнес-аналітики. Гарант, група забезпечення та науково-

	педагогічні працівники, що забезпечують освітньо-професійну програму, відповідають кадровим вимогам ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти, регулярно підвищують свою кваліфікацію, є визнаними професіоналами з досвідом практичної, дослідницької, управлінської, інноваційної або творчої роботи за фахом. До викладання також залучаються фахівці-практики у сфері маркетингу та бізнес-аналітики, що підсилює теоретичну підготовку здобувачів вищої освіти та збільшує їх конкурентоспроможність на ринку праці.
Матеріально-технічне забезпечення	Матеріальна база та технічні ресурси повністю відповідають потребам освітнього процесу та ліцензійним вимогам: – аудиторії оснащені проекторами та мультимедійними дошками; - лабораторії оснащені сучасною комп'ютерною та мультимедійною технікою, крім того на них встановлені сучасні програмні продукти, що забезпечує ефективне навчання (у тому числі самостійну роботу) здобувачів; – упроваджено в освітній процес інформаційні та комунікаційні технології, зокрема дистанційне навчання з використанням платформи MOODLE Університету (https://moodle.dpu.edu.ua), електронний контент (https://asu.dpu.edu.ua); – наявні бази для проведення практики та науково-дослідних робіт.
Інформаційне та навчально-методичне забезпечення	Навчально-методичний матеріал підготовлений викладачами: підручники, презентації за лекціями, конспекти лекцій, методичні вказівки до практичних, лабораторних, семінарських занять, індивідуальних завдань тощо, який забезпечує всі освітні компоненти розміщено в модульному середовищі освітнього процесу на платформі MOODLE Університету https://moodle.dpu.edu.ua/ та електронній базі «Навчально-методичні матеріали» https://library.dpu.edu.ua/elektronni-resursy/auth, де здобувачі можуть ознайомитися з навчально-методичними матеріалами усіх дисциплін освітньо-професійної програми. Методичний матеріал може надаватись здобувачам вищої освіти як у друкованому вигляді, так і в електронній формі.

	Здобувачі вищої освіти можуть використовувати ресурси бібліотеки, читальний зал, фонд наукової бібліотеки ДПУ. Вони мають вільний доступ до спеціалізованої бібліотеки за тематичним напрямом облік, податковий контроль, аудит та аналіз, що містить примірники рукописів дисертаційних робіт та авторефератів у друкованому та електронному вигляді.
9 – Академічна мобільність	
Національна кредитна мобільність	Згідно до «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Державного податкового університету», на основі двосторонніх договорів між ДПУ та університетами України. Допускаються індивідуальні угоди про академічну мобільність для навчання та проведення досліджень в університетах та наукових установах України. До керівництва науковою роботою здобувачів можуть бути залучені провідні фахівці університетів України на умовах індивідуальних договорів. Кредити, отримані в інших університетах України, перезараховуються відповідно до довідки про академічну мобільність.
Міжнародна кредитна мобільність	Згідно до «Положення про порядок реалізації права на академічну мобільність учасників освітнього процесу Державного податкового університету». На основі двосторонніх договорів між ДПУ та вищими навчальними закладами зарубіжних країн-партнерів. Індивідуальна академічна мобільність можлива за рахунок участі в програмах проекту Еразмус +
Навчання іноземних здобувачів вищої освіти	Навчання іноземних студентів проводиться на загальних умовах або за індивідуальним графіком.

2. Перелік компонентів освітньої програми

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практична підготовка, атестація)	Кількість кредитів / годин	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
OK1	Ділова українська мова	4/120	диф.залік
OK2	Економічна психологія	3/90	диф.залік
OK3	Економічна теорія (політична економія, історія економіки, економічна думка)	6/180	екзамен
OK4	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	10/300	диф.залік / екзамен
OK5	Вища та прикладна математика	8/240	диф.залік/ екзамен
OK6	Правознавство	3/90	диф.залік
OK7	Культура українського народу	3/90	диф.залік
OK8	Студії з безпеки та захисту	4/120	диф.залік
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
OK9	Основи оподаткування	4/120	екзамен
OK10	Вступ до фаху «Маркетинг»	4/120	екзамен
OK11	Прикладна статистика та статистична звітність	5/150	екзамен
OK12	Податкова система	4/120	диф.залік
OK13	Менеджмент	4/120	диф.залік
OK14	Мікроекономіка	4/120	екзамен
OK15	Макроекономіка	4/120	диф.залік
OK16	Інформаційно-аналітичне забезпечення управління бізнесом	4/120	екзамен
OK17	Економіка підприємства	4/120	диф.залік
OK18	Публічні фінанси	3/90	диф.залік
OK19	Підприємництво	4/120	екзамен
OK20	Маркетинг	4/120	екзамен
OK20.1	Курсова робота з дисципліни «Маркетинг»	1/30	-
OK21	Економетрика	4/120	екзамен
OK22	Бухгалтерський облік	5/150	екзамен
OK23	Інформаційні системи і технології в маркетингу	4/120	екзамен
OK24	Регіоналістика	4/120	диф.залік
OK25	Глобалістика, євроінтеграція та сталий розвиток суспільства	4/120	екзамен

ОК26	Економічний аналіз	4/120	диф.залік
ОК27	Поведінка споживача	4/120	екзамен
ОК28	Бізнес-аналітика та моделювання	5/150	екзамен
ОК29	Економічні ризики та методи їх вимірювання	4/120	диф.залік
ОК30	Аналіз маркетингового середовища	4/120	диф.залік
ОК31	Маркетингова товарна політика	4/120	екзамен
ОК32	Маркетингова політика розподілу	4/120	екзамен
ОК33	Навчальний практикум з бізнес-аналітики та інформаційних ресурсів	4/120	диф.залік
ОК34	Маркетинговий аудит	4/120	екзамен
ОК35	Маркетингова політика комунікацій	4/120	екзамен
ОК36	Моделювання бізнес-процесів в маркетингу	4/120	екзамен
ОК37	Технології збереження та обробки статистичних даних	4/120	екзамен
ОК38	Аналітичні технології в логістиці	4/120	екзамен
ОК39	Візуалізація результатів маркетингових досліджень з використанням ІТ	4/120	екзамен
ОК40	Оптимізаційне моделювання процесів та моделей бізнесу	4/120	екзамен
ОК41	Виробнича практика	6/180	диф.залік
ОК42	Атестація	2/60	атестаційний екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		180/5400	
Загальний обсяг вибірових компонентів:		60/1800	
Загальний обсяг освітньої програми		240/7200	

Зміни, внесені відповідно до наказу ДНУ від 03.04.2025 № 368.

Зміни внесені відповідно до Постанови КМУ від 21.06.2024 № 734

2. Перелік компонентів освітньої програми ОПП «Маркетинг та бізнес-аналітика»

Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові роботи, практична підготовка, атестація)	Кількість кредитів / годин	Форма підсумкового контролю
Обов'язкові компоненти ОП			
<i>1. Цикл загальної підготовки</i>			
OK1	Ділова українська мова	4/120	диф.залік
OK2	Економічна психологія	3/90	диф.залік
OK3	Економічна теорія (політична економія, історія економіки, економічна думка)	6/180	екзамен
OK4	Іноземна мова (за професійним спрямуванням)	8/240	диф.залік / екзамен
OK5	Вища та прикладна математика	8/240	диф.залік/ екзамен
OK6	Правознавство	3/90	диф.залік
OK7	Культура українського народу	3/90	диф.залік
OK8	Студії з безпеки та захисту	4/120	диф.залік
OK9	*Теоретична підготовка базової загальнонавчальної підготовки / **Тактична медицина	3/90	диф.залік
<i>2. Цикл професійної підготовки</i>			
OK10	Основи оподаткування	4/120	екзамен
OK11	Вступ до фаху «Маркетинг»	4/120	екзамен
OK12	Прикладна статистика та статистична звітність	5/150	екзамен
OK13	Податкова система	4/120	диф.залік
OK14	Менеджмент	4/120	диф.залік
OK15	Мікроекономіка	4/120	екзамен
OK16	Макроекономіка	4/120	диф.залік
OK17	Інформаційно-аналітичне забезпечення управління бізнесом	4/120	екзамен
OK18	Економіка підприємства	4/120	диф.залік
OK19	Публічні фінанси	3/90	диф.залік
OK20	Підприємництво	4/120	екзамен
OK21	Маркетинг	4/120	екзамен
OK22	Економетрика	4/120	екзамен
OK23	Бухгалтерський облік	5/150	екзамен
OK24	Інформаційні системи і технології в маркетингу	4/120	екзамен
OK25	Регіоналістика	4/120	диф.залік

ОК26	Глобалістика, євроінтеграція та сталий розвиток суспільства	4/120	екзамен
ОК27	Економічний аналіз	4/120	диф.залік
ОК28	Поведінка споживача	4/120	екзамен
ОК29	Бізнес-аналітика та моделювання	5/150	екзамен
ОК30	Економічні ризики та методи їх вимірювання	4/120	диф.залік
ОК31	Аналіз маркетингового середовища	4/120	диф.залік
ОК32	Маркетингова товарна політика	4/120	екзамен
ОК33	Маркетингова політика розподілу	4/120	екзамен
ОК34	Навчальний практикум з бізнес-аналітики та інформаційних ресурсів	4/120	диф.залік
ОК35	Маркетинговий аудит	4/120	екзамен
ОК36	Маркетингова політика комунікацій	4/120	екзамен
ОК37	Моделювання бізнес-процесів в маркетингу	4/120	екзамен
ОК38	Технології збереження та обробки статистичних даних	4/120	екзамен
ОК39	Аналітичні технології в логістиці	4/120	екзамен
ОК40	Візуалізація результатів маркетингових досліджень з використанням ІТ	4/120	екзамен
ОК 41	Оптимізаційне моделювання процесів та моделей бізнесу	4/120	екзамен
ОК42	Виробнича практика	6/180	диф.залік
ОК43	Атестація	2/60	атестаційний екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		180/5400	
Загальний обсяг вибіркового компонентів:		60/1800	
Загальний обсяг освітньої програми		240/7200	

*для здобувачів вищої освіти чоловічої статті (жіночої статті – добровільно) відповідно до п. 2 Порядку проведення базової загальновійськової підготовки громадян України, які здобувають вищу освіту, та поліцейських);

** для здобувачів вищої освіти жіночої статті, які не виявили бажання вивчати освітній компонент «Теоретична підготовка базової загальновійськової підготовки» та здобувачів вищої освіти чоловічої статті, які за станом здоров'я визнані непридатними для військової служби.

3. Логічна послідовність вивчення навчальних дисциплін

1 курс		2 курс		3 курс		4 курс	
1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
Ділова українська мова (4/120 диф.залик)	Культура українського народу (3/90 диф.залик)	Прикладна статистика та статистична звітність (5/150 екзамен)	Економетрика (4/120 екзамен)	Менеджмент (4/120 диф.залик)	Аналіз маркетингового середовища (4/120 диф.залик)	Маркетинговий аудит (4/120 екзамен)	Аналітичні технології в логістичі (4/120 екзамен)
Економічна психологія (3/90 диф.залик)	Основи оподаткування (4/120 екзамен)	Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (2/60 диф.залик)	Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (2/60 екзамен)	Регіоналістика (4/120 диф.залик)	Маркетингова товарна політика (4/120 екзамен)	Макркетингова політика комунікацій (4/120 екзамен)	Візуалізація результатів маркетингових досліджень з використанням ІТ (4/120 екзамен)
Економічна теорія (політична економія, історія економіки, економічна думка) (6/180 екзамен)	Публічні фінанси (3/90 диф.залик)	Позаткова система (4/120 диф.залик)	Бізнес-аналітика та моделювання (5/150 екзамен)	Поведінка споживача (4/120 екзамен)	Моделювання бізнес-процесів в маркетингу (4/120 екзамен)	Технології збереження та обробки статистичних даних (4/120 екзамен)	
Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (3/90 диф.залик)	Студії з безпеки та захисту (4/120 диф.залик)	Макроекономіка (4/120 диф.залик)	Маркетинг (4/120 екзамен)	Оптимізаційне моделювання процесів та моделей бізнесу (4/120 екзамен)	Маркетингова політика розподілу (4/120 екзамен)	Економічні ризики та методи їх визначення (4/120 диф.залик)	Перелік 11 (5/150 диф.залик)
Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (3/90 диф.залик)	Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (3/90 диф.залик)	Підприємництво (4/120 екзамен)	Курсова робота за дисципліною "Маркетинг" (1/30 екзамен)	Глобалістика, спроби інтеграції та сталій розвиток суспільства (4/120 екзамен)	Навчальний практикум з бізнес-аналітики та інформаційних ресурсів перелік (4/120 диф.залик)	Економічний аналіз (4/120 диф.залик)	Перелік 12 (5/150 диф.залик)
Вища та прикладна математика (4/120 диф.залик)	Вища та прикладна математика (4/120 екзамен)	Бухгалтерський облік (5/150 екзамен)	Перелік 2 (5/150 диф.залик)	Перелік 5 (5/150 диф.залик)	Інформаційні системи і технології в маркетингу (4/120 екзамен)	Перелік 8 (5/150 диф.залик)	Виробнича практика (6/180 диф.залик)
Інформаційно-аналітичне забезпечення управління бізнесом (4/120 екзамен)	Вступ до фаху "Маркетинг" (4/120 екзамен)	Перелік 1 (5/150 диф.залик)	Перелік 3 (5/150 диф.залик)	Перелік 6 (5/150 диф.залик)	Перелік 7 (5/150 диф.залик)	Перелік 10 (5/150 диф.залик)	Атестаційний екзамен (2/60 екзамен)
Правознавство (3/90 диф.залик)	Мікроекономіка (4/120 екзамен)		Перелік 4 (5/150 диф.залик)		Перелік 9 (5/150 диф.залик)		
	Економіка підприємства (4/120 диф.залик)						
Кіл-ть: 27	Кіл-ть: 33	Кіл-ть: 29	Кіл-ть: 31	Кіл-ть: 30	Кіл-ть: 30	Кіл-ть: 10	Кіл-ть: 30

Зміни, внесені відповідно до наказу РДЧ від 03.04.2025 №368.

1 курс		2 курс		3 курс		4 курс	
1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	6 семестр	7 семестр	8 семестр
Ділова українська мова (4/120 диф.залік)	Культура українського народу (3/90 диф.залік)	Прикладна статистика та статистична звітність (5/150 екзамєн)	Економетрика (4/120 екзамєн)	Глобалістика, євроінтеграція та сталий розвиток суспільства (4/120 диф. залік)	Аналіз маркетингового середовища (4/120 екзамєн)	Маркетинговий аудит (4/120 екзамєн)	Аналітичні технології в логістичі (4/120 екзамєн)
Інформаційно-аналітичне забезпечення управління бізнесом (4/120 екзамєн)	Основи оподаткування (4/120 екзамєн)	Податкова система (4/120 диф.залік)	Маркетинг (4/120 екзамєн)	Оптимізаційне моделювання процесів та моделей бізнесу (4/120 екзамєн)	Маркетингова товарна політика (4/120 екзамєн)	Маркетингова політика комунікацій (4/120 екзамєн)	Візуалізація результатів маркетингових досліджень з використанням ІТ (4/120 екзамєн)
	Економіка підприємства (4/120 диф.залік)	Макроекономіка (4/120 екзамєн)		Поведінка споживача (4/120 екзамєн)		Моделювання бізнес-процесів в маркетингу (4/120 екзамєн)	Технології збереження та обробки статистичних даних (4/120 екзамєн)
Економічна теорія (політична економія, історія економіки, економічна думка) (6/180 екзамєн)	Студії з безпеки та захисту (4/120 диф.залік)	Теоретична підготовка базової загальновійськової підготовки Тактична медицина (3/90 диф.залік)	Бізнес-аналітика та моделювання (5/150 екзамєн)	Менеджмент (4/120 диф. залік)	Маркетингова політика розподілу (4/120 екзамєн)	Економічний аналіз (4/120 екзамєн)	Перелік 11 (5/150 диф.залік)
Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (3/90 залік)	Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (3/90 екзамєн)	Підприємництво (4/120 екзамєн)	Перелік 2 (5/150 диф.залік)	Регіоналістика (4/120 диф.залік)	Навчальний практикум з бізнес-аналітики та інформаційних ресурсів перелік (4/120 диф.залік)	Економічні ризики та методи їх вимірювання (4/120 екзамєн)	Перелік 12 (5/150 диф.залік)
Вища та прикладна математика (4/120 екзамєн)	Вища та прикладна математика (4/120 екзамєн)	Бухгалтерський облік (5/150 екзамєн)	Перелік 3 (5/150 диф.залік)		Інформаційні системи і технології в маркетингу (4/120 екзамєн)		
Економічна психологія (3/90 диф.залік)	Вступ до фаху "Маркетинг" (4/120 екзамєн)	Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (2/60 екзамєн)	Перелік 4 (5/150 диф.залік)	Перелік 5 (5/150 диф.залік)	Перелік 7 (5/150 диф.залік)	Перелік 9 (5/150 диф.залік)	Виробнича практика (6/180 диф.залік)
Правознавство (3/90 диф.залік)	Мікроекономіка (4/120 екзамєн)	Перелік 1 (5/150 диф.залік)		Перелік 6 (5/150 диф.залік)	Перелік 8 (5/150 диф.залік)	Перелік 10 (5/150 диф.залік)	Атестаційний екзамєн (2/60 екзамєн)
	Публічні фінанси (3/90 диф.залік)						
Кіль-ті 27	Кіль-ті: 32	Кіль-ті: 32	Кіль-ті: 28	Кіль-ті: 30	Кіль-ті: 30	Кіль-ті: 30	Кіль-ті: 30

4. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг та бізнес-аналітика» проводиться у формі атестаційного екзамену та завершується видачею документу встановленого зразка про присудження йому ступеня бакалавра із присвоєнням кваліфікації: бакалавр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Маркетинг та бізнес-аналітика».

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

Атестаційний екзамен передбачає перевірку досягнення результатів навчання, визначених стандартом вищої освіти та освітньою програмою.

Attestation of graduates of the educational-professional program "Marketing and business analytics" is carried out in the form of attestation exam Bachelor of Accounting and Taxation in the educational and professional program "Marketing and business analytics".

Certification is carried out openly and publicly.

The attestation examination in the specialty should include verification of the achievement of learning outcomes defined by this standard and the educational

5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

[illegible]

Зміни, внесені відповідно до наказу ДНУ від 03.04.2025 №368.

5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

	OK 1	OK 2	OK 3	OK 4	OK 5	OK 6	OK 7	OK 8	OK 9	OK 10	OK 11	OK 12	OK 13	OK 14	OK 15	OK 16	OK 17	OK 18	OK 19	OK 20	OK 21	OK 22	OK 23	OK 24	OK 25	OK 26	OK 27	OK 28	OK 29	OK 30	OK 31	OK 32	OK 33	OK 34	OK 35	OK 36	OK 37	OK 38	OK 39	OK 40	OK 41	OK 42	OK 43		
IK	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
3K1	+	+	+			+	+	+	+	+	+		+								+						+															+	+	+	
3K 2	+	+	+			+	+		+																																	+	+	+	
3K 3					+							+			+	+						+				+	+	+		+					+			+	+	+	+	+	+		
3K 4												+					+					+			+	+	+			+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
3K 5									+	+	+		+									+			+		+	+			+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
3K 6											+				+		+			+	+		+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
3K7															+					+		+		+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
3K 8					+							+				+	+				+	+		+			+	+		+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+		
3K 9												+										+		+				+						+	+					+	+	+	+		
3K 10				+																																						+	+	+	
3K 11									+	+				+																												+	+	+	
3K 12	+	+		+									+			+		+	+							+	+															+	+	+	
3K 13	+	+		+																						+	+																+	+	+
3K 14		+	+						+		+		+													+	+																+	+	+
3K 15	+	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
CK 1																	+				+		+		+							+	+			+	+	+	+		+	+	+	+	
CK 2																						+		+		+						+	+			+	+	+	+		+	+	+	+	
CK 3																					+	+			+											+	+				+	+	+	+	
CK 4																		+															+	+		+	+	+	+			+	+	+	
CK 5																									+								+	+		+	+	+	+			+	+	+	
CK 6															+	+								+	+	+						+	+		+	+	+	+			+	+	+		
CK 7															+			+		+			+	+	+						+	+	+		+	+	+	+			+	+	+		
CK 8																				+		+		+	+	+				+		+			+	+	+	+			+	+	+		
CK 9																						+		+		+							+			+	+	+	+			+	+	+	
CK10																								+		+								+		+	+	+	+			+	+	+	
CK11															+										+				+			+					+	+	+	+			+	+	
CK12																								+		+			+			+	+		+	+	+	+			+	+	+	+	
CK13																+		+						+	+	+					+	+	+		+	+	+	+			+	+	+	+	
CK14																								+	+	+						+	+		+	+	+	+			+	+	+	+	

Зміни, внесені відповідно до наказу ДПУ від 03.04.2025 №368.

6. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними компонентами освітньої програми

[illegible]

7. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти

В Університеті сформовано систему внутрішнього забезпечення якості вищої освіти, яка функціонує відповідно до «Положення про внутрішню систему забезпечення якості вищої освіти в Державному податковому університеті», що оприлюднене на офіційному сайті Університету <https://cutt.ly/9xvJbOQ>. Система внутрішнього забезпечення якості вищої освіти передбачає здійснення таких процедур і заходів:

- 1) визначення принципів та процедур забезпечення якості вищої освіти;
- 2) здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітніх програм;
- 3) щорічне оцінювання здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників закладу вищої освіти та регулярне оприлюднення результатів таких оцінювань на офіційному веб-сайті вищого навчального закладу, на інформаційних стендах та в будь-який інший спосіб;
- 4) забезпечення підвищення кваліфікації педагогічних, наукових і науково-педагогічних працівників;
- 5) забезпечення наявності необхідних ресурсів для організації освітнього процесу, у тому числі самостійної роботи студентів, за кожною освітньою програмою;
- 6) забезпечення наявності інформаційних систем для ефективного управління освітнім процесом;
- 7) забезпечення публічності інформації про освітні програми, ступені вищої освіти та кваліфікації;
- 8) забезпечення дотримання академічної доброчесності працівниками закладів вищої освіти та здобувачами вищої освіти, у тому числі створення і забезпечення функціонування ефективної системи запобігання та виявлення академічного плагіату;
- 9) інших процедур і заходів.

Система забезпечення закладом вищої освіти якості освітньої діяльності та якості вищої освіти (система внутрішнього забезпечення якості) за поданням закладу вищої освіти оцінюється НАЗЯВО або акредитованими ним незалежними установами оцінювання та забезпечення якості вищої освіти на предмет її відповідності вимогам до системи забезпечення якості вищої освіти, що затверджуються НАЗЯВО, та міжнародним стандартам і рекомендаціям щодо забезпечення якості вищої освіти.

ЛИСТ МОНІТОРИНГУ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ

[illegible]