

МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вчена рада Державного податкового
університету

від «29» 05 2025 № 15

ВВЕДЕНО В ДІЮ

наказ Державного податкового
університету

від «05» 06 2025 № 625

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг та бізнес-аналітика» /
«Marketing and business analytics»

(ID 66177)

(нова редакція)

Рівень вищої освіти	<i>Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти</i>
Ступінь вищої освіти	<i>Бакалавр</i>
Галузь знань	<i>D Бізнес, адміністрування та право</i> <i>D Business, administration and law</i>
Спеціальність	<i>D 5 Маркетинг</i> <i>D 5 Marketing</i>
Код і найменування галузі за Міжнародною стандартною класифікацією освіти	<i>0414 Маркетинг і реклама</i> <i>0414 Marketing and advertising</i>
Кваліфікація	<i>Бакалавр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Маркетинг та бізнес-аналітика»</i> <i>Bachelor of Marketing in educational and professional program «Marketing and business analytics»</i>
Відповідає вимогам стандарту освітньої діяльності	<i>Стандарт відсутній</i>

СХВАЛЕНО

Науково-методичною радою
Університету,

від «15» 05 2025 № 11

Ірпінь – 2025

ЛИСТ-ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми «Маркетинг та бізнес-аналітика»

ПОГОДЖЕНО:

Проректор з навчально-методичної роботи



Іван ШЕМЕЛИНЕЦЬ

Декан факультету податкової справи, обліку та аудиту



Володимир КРАЄВСЬКИЙ

Гарант освітньої програми,
к.е.н., доцент, доцент кафедри
економічної політики,
маркетингу та бізнес-аналітики



Тетяна ПАЯНОК

Завідувач кафедри економічної
політики, маркетингу та бізнес-аналітики



Тетяна ПАЯНОК

Завідувач навчально-методичного відділу



Ганна ГРИЦУК

ПЕРЕДМОВА

Розроблено робочою групою кафедри економічної політики, маркетингу та бізнес-аналітики в складі:

1. **Паянок Т.М.**, гарант програми, керівник робочої групи, к.е.н., доцент, завідувач кафедри економічної політики, маркетингу та бізнес-аналітики;
2. **Савченко А.М.**, к.е.н., доцент, заступник з навчально-методичної роботи факультету податкової справи, обліку та аудиту, доцент кафедри обліку та аудиту;
3. **Параниця Н.В.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної політики, маркетингу та бізнес-аналітики.

Рецензії та відгуки стейкхолдерів на освітньо-професійну програму:

1. Рецензія **Лилик І.**, к.е.н., доцента, президента ГО «Українська Асоціація Маркетингу».
2. Рецензія **Гурченко А.**, власниці SMM-агенції CHIEF.

Освітньо-професійна програма «Маркетинг та бізнес-аналітика» підготовки фахівців першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 «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 (зі змінами та доповненнями), «Про затвердження Ліцензійних умов провадження освітньої діяльності закладів освіти» від 30.12.2015 № 1187 (зі змінами та доповненнями), «Про затвердження переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти» 29.04.2015 № 266 (в редакції постанови КМУ від 30.08.2024 р. № 1021 (зі змінами та доповненнями), 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	назва вищої та	Державний податковий університет / State Tax University Факультет податкової справи, обліку та аудиту / Faculty of taxation, accounting and audit
Ступінь освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу	вищої та назва	Ступінь вищої освіти – Бакалавр / Degree of higher education – Bachelor Спеціальність – D5 «Маркетинг» / Specialty – D5 «Marketing» Освітня кваліфікація – бакалавр маркетингу за освітньо-професійною програмою «Маркетинг та бізнес-аналітика» / «Marketing and business analytics»
Офіційна назва освітньої програми	назва	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. Форма здобуття освіти: очна (денна) і заочна. 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. Bachelor's degree, single, 240 ECTS credits, duration of study 3 years 10 months. Form of education: full-time and part-time. 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 University has the right to recognize and re-enroll ECTS credits obtained within the framework of the previous educational program for the preparation of a 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 degree "professional junior bachelor", a higher education institution has the right to recognize and re-enroll no more than 60 ECTS credits obtained under the previous educational program of professional pre-higher education. 75% of the educational program is aimed at providing general and special (professional) competencies in the specialty.
Наявність акредитації	-
Цикл / рівень	НПК 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 наступного планового оновлення / until the next scheduled update
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. Освітня програма відповідає місії та Стратегії розвитку Університету на 2022-2027 рр.

3 – Характеристика освітньої програми

Предметна область	Галузь знань: D «Бізнес, адміністрування та право». Спеціальність: D5 «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 – 3,3 %)
--------------------------	--

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); 2419.2 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 інноваційній 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

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.

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 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,

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.

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.

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.

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

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.

PLO19. Demonstrate knowledge while adhering to the principle of inadmissibility of corruption and any other manifestations of dishonesty.

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, 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)	9/270	диф.залік / екзамен
OK5	Вища та прикладна математика	8/240	диф.залік/ екзамен
OK6	Правознавство	3/90	диф.залік
OK7	*Теоретична підготовка базової загальновійської підготовки/**Тактична медицина	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	диф.залік
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	диф.залік
OK15	Макроекономіка	4/120	екзамен
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	диф.залік
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	диф.залік
OK26	Економічний аналіз	4/120	екзамен
OK27	Поведінка споживача	4/120	екзамен
OK28	Бізнес-аналітика та моделювання	6/180	екзамен
OK29	Економічні ризики та методи їх вимірювання	4/120	екзамен
OK30	Аналіз маркетингового середовища	4/120	екзамен
OK31	Маркетингова товарна політика	4/120	екзамен
OK32	Маркетингова політика розподілу	4/120	диф.залік
OK33	Навчальний практикум з бізнес-аналітики та інформаційних ресурсів	4/120	диф.залік
OK34	Маркетинговий аудит	4/120	диф.залік
OK35	Маркетингова політика комунікацій	4/120	диф.залік
OK36	Моделювання бізнес-процесів в маркетингу	4/120	екзамен
OK37	Технології збереження та обробки статистичних даних	4/120	екзамен
OK38	Аналітичні технології в логістиці	4/120	екзамен
OK39	Візуалізація результатів маркетингових досліджень з використанням ІТ	4/120	екзамен
OK40	Оптимізаційне моделювання процесів та моделей бізнесу	4/120	екзамен
OK41	Виробнича практика	6/180	диф.залік
OK42	Атестація	2/60	атестаційний екзамен
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		180/5400	
Загальний обсяг вибіркового компонентів:		60/1800	
Загальний обсяг освітньої програми		240/7200	

Примітка:

* 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. балів)	Судити безпеки та захисту (4 120 диф. балів)	Прикладна статистика та статистична інтуїція (5 150 екзамени)	Економетрика (4 120 екзамени)	Глобалістика, євроінтеграція та сталий розвиток суспільства (4 120 диф. балів)	Економічні ризики та методи їх вимірювання (4 120 екзамени)	Маркетинговий аудит (4 120 диф. балів)	Аналітичні технології в логістичній (4 120 екзамени)
Інформаційно-аналітичне забезпечення управління бізнесом (4 120 екзамени)	Основи оподаткування (4 120 диф. балів)	Політична система (4 120 диф. балів)	Маркетинг (4 120 екзамени)	Оптимізаційне моделювання процесів та моделей бізнесу (4 120 екзамени)	Маркетингова товарна політика (4 120 екзамени)	Макрорегіональна політика комунікацій (4 120 диф. балів)	Візуалізація результатів маркетингових досліджень з використанням ІТ (4 120 екзамени)
Економічна теорія (політична економія, історія економіки, економічна думка) (6 180 екзамени)	Економіка підприємства (4 120 диф. балів)	Макроекономіка (4 120 екзамени)	Курсова робота з дисципліни "Маркетинг" (1 30 диф. балів)	Поведінка споживача (4 120 екзамени)	Маркетингова політика розподілу (4 120 диф. балів)	Моделювання бізнес-процесів в маркетингу (4 120 екзамени)	Технології збереження та обробки статистичних даних (4 120 екзамени)
Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (4 120 балів)	Публічні фінанси (3 90 диф. балів)	Теоретична підготовка базової загальноосвітньої підготовки Ізмітної медичної (3 90 диф. балів)	Бізнес-аналітика та моделювання (6 180 екзамени)	Підприємство (4 120 екзамени)	Економічний аналіз (4 120 екзамени)	Перелік 11 (5 150 диф. балів)	Перелік 12 (5 150 диф. балів)
Вина та прикладна математика (4 120 диф. балів)	Іноземна мова (за професійним спрямуванням) (5 150 екзамени)	Менеджмент (4 120 диф. балів)	Перелік 2 (5 150 диф. балів)	Регіоналістика (4 120 диф. балів)	Навчальний практикум з бізнес-аналітики та інформаційних ресурсів (4 120 диф. балів)	Аналіз маркетингового середовища (4 120 екзамени)	Виробнича практика (6 180 диф. балів)
Економічна психологія (3 90 диф. балів)	Вина та прикладна математика (4 120 екзамени)	Бухгалтерський облік (5 150 екзамени)	Перелік 3 (5 150 диф. балів)	Інформаційні системи і технології в маркетингу (4 120 екзамени)	Перелік 4 (5 150 диф. балів)	Перелік 5 (5 150 диф. балів)	Перелік 6 (5 150 диф. балів)
Правознавство (3 90 диф. балів)	Вступ до фаху "Маркетинг" (4 120 екзамени)	Перелік 1 (5 150 диф. балів)	Перелік 7 (5 150 диф. балів)	Перелік 8 (5 150 диф. балів)	Перелік 9 (5 150 диф. балів)	Перелік 10 (5 150 диф. балів)	Атестаційний екзамени (2 60 екзамени)
Кіль-ть: 28	Кіль-ть: 31	Кіль-ть: 30	Кіль-ть: 30	Кіль-ть: 30	Кіль-ть: 30	Кіль-ть: 30	Кіль-ть: 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 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 the educational program.

5. Матриця відповідності програмних компетентностей компонентам освітньої програми

[illegible]

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.