

**Н.Л. Савицька**, д-р екон. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

## **РОЛЬ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ У ФОРМУВАННІ КОНЦЕПЦІЇ НАВЧАННЯ БАКАЛАВРІВ МАРКЕТИНГУ**

Імплементация принципів компетентнісної парадигми здобуття вищої освіти передбачає залучення всіх стейкхолдерів до формування моделі фахівця. У 2019 р. Україна увійшла в активну фазу формування національної системи кваліфікацій, яка зокрема передбачає розробку та затвердження професійних стандартів. Наявність професійних стандартів визначає вимоги до освітньої програми, які лежать в основі стандарту вищої освіти та результатів навчання за освітньо-професійною програмою. Розробку професійних стандартів здійснюють професійні асоціації, виробляють правила та вимоги до кваліфікації фахівців на ринку. Цьому передують роботи щодо агрегування вимог до посади, систематизація сучасних тенденцій ринку та подання їх у вигляді кваліфікаційних вимог, які лежать в основі професійних стандартів.

Професійна асоціація ГО «Українська асоціація маркетингу» розпочала роботу над професійним стандартом маркетолога. Науково-педагогічні працівники кафедри маркетингу і комерційної діяльності Харківського державного університету харчування та торгівлі увійшли до складу робочої групи із розроблення професійного стандарту «Фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог)» відповідно коду 2419.2 Професіонали у сфері маркетингу, ефективності господарської діяльності, раціоналізації виробництва, інтелектуальної власності та інноваційної діяльності за Класифікатором професій ДК 003:2010.

Наявність професійних стандартів сприяє підвищенню якості підготовки фахівців з вищою освітою в умовах автономії закладів вищої освіти та глобального конкурентного середовища. Також дозволяє посилити інституціональну взаємодію між ринком праці, системою підготовки фахівців та органами державної влади. Стандарт вищої освіти для першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 075 «Маркетинг» затверджено у 2018 р.

Відмінність професійного стандарту від освітнього полягає в тому, що перший визначає коло професійних обов'язків та відповідних компетентностей, які є достатніми, щоб обіймати певну посаду, а освітній – визначає, які компетентності необхідні для отримання

кваліфікацій в освіті. Компетентності – це імпліцитні знання, засвоєні здобувачем вищої освіти, а компетенції – це коло функцій, які в змозі виконувати працівник на певній посаді. Таким чином, компетентності – фундамент виконання професійних обов'язків фахівця. У професійному стандарті, перш за все, приділяється увага визначенню трудових функцій, які лежать в основі професійних компетенцій.

Основні трудові функції полягають у такому: дослідження і маркетинговий аналіз; виконання стратегії та маркетингове планування; реалізація маркетингових програм (комунікації зі стейкхолдерами; розвиток і управління продуктом/сервісом; встановлення та управління цінами; управління каналами розподілу; управління взаємовідносинами з клієнтами/споживачами; формування і підтримка маркетингових комунікацій; управління проектами); брендінг і управління репутацією; моніторинг та вимірювання ефективності, результативності маркетингових активностей. Специфіка маркетингової діяльності вимагає перманентного підвищення рівня знань та вмій.

Для сфери маркетингу критично важливими є також соціо-емоційні компетентності: високий EQ; вміння працювати самостійно та одночасно у команді; приймати виважені рішення; бути сумлінним та відповідальним; комунікативність; тайм-менеджмент. Автоматизація рутинної ручної та інтелектуальної праці, вивільняє час для творчості та вимагає навичок управління інтелектуальними потоками інформації, координації взаємодії та підприємництва і головне – уміння критично осмислювати інформацію, бути допитливим та вміти постійно вчитися.

Європейська практика спирається на рамку кваліфікацій у сфері маркетингу і продажів (MSNQF: Marketing Sectoral National Qualifications Framework), що має на меті гармонізацію маркетингових кваліфікацій в різних країнах ЄС на принципах субсидіарності. Вибудовування професійних кваліфікацій відповідно до MSNQF здійснюється співставленням компетентностей, підтверджених кріденціями відповідного освітнього рівня за EQF-LLL – Європейської рамки кваліфікацій навчання впродовж життя від четвертого до сьомого рівня, що відповідає сходженню від четвертого рівня професійної освіти до сьомого освітнього рівня магістра. Світовий досвід розроблення та затвердження професійних стандартів у сфері маркетингу і продажу підтверджує ефективність секторальної спеціалізації. При цьому гармонізація освітніх та професійних стандартів – основна умова формування концепції підготовки фахівців із вищою освітою.