

Богдан Москаленко

студент

Національного авіаційного університету

bogdanmoskalenko@gmail.com

Науковий керівник:

Юлія Фісун

старший викладач кафедри маркетингу

Національного авіаційного університету

yuliia.fisun@npp.nau.edu.ua

ОНЛАЙН-КУРСИ З МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ. СУБСТИТУТ УНІВЕРСИТЕТСЬКІЙ МАРКЕТИНГОВІЙ ОСВІТІ?

ОНЛАЙН КУРСЫ ПО МАРКЕТИНГУ. СУБСТИТУТ УНИВЕРСИТЕТСКОГО МАРКЕТИНГОВОГО ОБРАЗОВАНИЯ?

ONLINE MARKETING COURSES IN UKRAINE. A SUBSTITUTE FOR UNIVERSITY MARKETING EDUCATION?

Маркетингова освіта в Україні є доволі актуальним напрямом для вивчення. Першим доказом цьому є кількість університетів на території України, що викладає даний напрям. За даними сайту osvita.ua навчатись на напрямку «Маркетинг» пропонують 134 українські університети. Здавалось би, що така кількість пропозицій на ринку освіти повинна задовольняти попит бажаючих навчатись маркетингу. Однак складно не звернути увагу на те, що навчати цій спеціальності пропонують не тільки державні та приватні університети, а ще й онлайн-школи та академії.

Звідси виникає питання чому такі компанії намагаються задовольнити попит, який нібито вже покривають університети. Це відбувається тому, що онлайн-школи та академії пропонують навчити «маркетингу» за значно коротший період – в середньому 3-5 місяців. Їх особливістю є те, що програма зазвичай «налаштовується» під потреби ринку й навчають там саме тим навичкам, що потрібні на ринку праці. Це, переважно, практичні навички і в значно меншій кількості теоретичні знання. Ще однією особливістю є те, що такі практичні курси можуть надаватися для конкретної вузької спеціалізації в маркетингу та навчанню роботи з прикладними інструментами: наприклад SEO, SMM, PPC і т.д. Вузькопрофільні короткі курси не є темою даної тези, сконцентруємо увагу на курсах, що охоплюють маркетингову освіту з різних сторін та є схожими з університетською освітою.

На сьогодні в Україні працює 9 великих онлайн-шкіл, які навчають комплексно маркетингу, ставлячи на перший план потреби ринку та практичні навички з інструментами (табл. 1).

Згідно даної табл. 1, ми можемо побачити, що в середньому такі курси з маркетингу намагаються викласти матеріал, в середньому 4 місяці навчання, з

різною інтенсивністю, що означає різну якість опрацювання та детального вивчення певних тем.

Табл.1 – Порівняльна характеристика компаній, що надають маркетингову освіту

Назва компанії	Назва курсу	Тривалість (сумарно міс.)	Тривалість (сумарно год.)	Інтенсивність (год. на тиждень)
Beetroot Academy	Digital Marketing	4	72	4
Dan-IT	Full-Stack Digital Marketing	5	200	13
Itea	Digital Marketing	6	168	8
Hillel	Digital Marketing	3	76	6
Школа Інтернет Маркетингу	Інтернет Маркетолог	2,5	30	3
IMT	Інтернет Маркетинг	2	43	4,5
IMBA	Інтернет Маркетинг	1,2	30	2
Mobios	Digital Marketing	4	78	2
Шаг	Інтернет Маркетинг	6	96	4

Якщо зібрати разом всі програми цих академій можна вивести основне ядро тем та додаткові теми, що викладаються на онлайн-курсах з маркетингу, які варуються залежно від інтенсивності курсу. Основні та додаткові види тем представлені в табл. 2

Табл. 2 - Основні та додаткові теми онлайн курсів з маркетингу

Основні теми	Додаткові теми
Стратегія: аналіз ринку, конкурентів, своєї компанії цільова аудиторія, CJM	Робота з інфлюенсерами
SEO	PR
SMM: Instagram, Facebook	Брендинг
Платна реклама в Google Ads	Робота з партнерами
Google Analytics	Копірайтинг
Контент-маркетинг	Візуалізація аналітики
E-mail-маркетинг	

Поглянувши на табл. 2, стає очевидним, що онлайн-курси з маркетингу намагаються вмістити в короткі за тривалістю курси велику кількість дуже обширних тем, зосередивши всі сили та час на наданні саме практичних навичок. Навіть в онлайн-школах, тривалість курсів яких становить 90-200 годин, на кожну з цих великих тем може припадати одне-два заняття, чого абсолютно недостатньо для їх якісного опрацювання та засвоєння. Також варто звернути увагу, що тема «стратегії», хоч і є поширеною серед всіх онлайн-шкіл, становить всього 1/7 курсу. Це виключає глибинне розуміння маркетингу з її теоретичної сторони, на що йде переважна увага в академічному навчанні маркетингу.

Звідси можна зробити висновок, що онлайн-курси є актуальними та доречними на ринку освіти саме через те, що вони є суплементарним товаром до академічної освіти, а не її товаром-субституттом. Орієнтованість університетської освіти на надання серйозної теоретичної бази не тільки з найрізноманітніших сфер маркетингу: від товарного маркетингу й до етичного маркетингу; а ще й основ інших наукових спеціалізацій, таких як: економіка, математика, соціологія, філософія. Це вкладає в студентів-маркетологів такі теоретичні знання, що не покриваються короткими онлайн-курсами.

Саме тому можна говорити, що для того, щоб стати справді якісним спеціалістом з маркетингу в Україні, який розуміється як на маркетинговій та економічній теорії, так і на практиці з сучасними інструментами маркетингу рекомендується отримати як університетську освіту, так і освіту з коротких онлайн-курсів.