

*Пилипчук В.П., к.е.н.,
проф. кафедри маркетингу
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана»*

СУЧАСНІ ОСВІТНЬО-КВАЛІФІКАЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ

За умов побудови ринкової економіки в нашій країні підготовка кадрового складу фахівців-маркетологів передбачає знання ними основних теоретичних положень її функціонування, практичних кроків та результатів перетворень. Саме в умовах ринкових відносин чітко визначаються рівні управлінського механізму суб'єктів ринку, посилюються вимоги до знань і практичних можливостей кадрового складу на різних рівнях управління. З урахуванням цього підготовка управлінських кадрів ведеться в Україні відповідно до Закону “Про освіту”, тобто за такими рівнями: молодший спеціаліст - бакалавр - спеціаліст - магістр.

На сьогоднішній день у ВНЗ та інших освітянських установах кадрова підготовка ведеться на основі кваліфікаційних характеристик.

Враховуючи можливість вирішення проблем суспільного (в тому числі міжнародного) поділу праці в умовах ринкової економіки, світова спільнота виробила концепцію роботи та кваліфікації (Міжнародна стандартна класифікація ISCO – 88). Вітчизняний досвід суспільного поділу праці акумульований у кваліфікаційних довідниках, галузевих посадових інструкціях і, насамперед, у Державному класифікаторі професій ДК 033-2010 цьому стандарті наголошується: виконання фахівцем певної професійної діяльності потребує відповідної кваліфікації, що є неможливим без оволодіння ним необхідним рівнем освіти. Це досягається завдяки реалізації освітньо-професійних програм підготовки і має в цілому відповідати колу та складності професійних завдань і обов'язків.

Наше бачення подальшого розвитку маркетингу та підготовки маркетологів базується на врахуванні тенденції всесвітніх суспільних змін у сфері виробництва, процесів глобалізації, екологізації, інноваційності, інформатизації та інших. Важливою основою розвитку маркетингу як науки і практики є чотири складових йо-

го комплексу: товар, ціна, просування та розподіл. Це складові комплексу маркетингу надають функціональної направленості не тільки практичній (підприємницькій) діяльності, але й науковим пошукам та фаховій теоретичній підготовці студентів, підготовки та підвищення кваліфікацій маркетологів-практиків.

Молодші спеціалісти з маркетингу в Україні готуються 3 роки на базі освітніх закладів I – II рівня акредитації і обіймають посади у відповідності з «Державним класифікатором професій і відповідних посад за місцем роботи».