

Товканець Г. В.

ORCID 0000-0002-6191-9569

Доктор педагогічних наук, професор,
завідувач кафедри теорії та методики початкової освіти
Мукачівського державного університету
(м. Мукачево, Україна) E-mail: ovkanec2017@gmail.com

Кравченко Т. М.

ORCID 0000-0002-4963-4667

Старший викладач кафедри англійської
філології та методики викладання іноземних мов
Мукачівського державного університету
(м. Мукачево, Україна) E-mail: tkravchenko405@gmail.com

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАРКЕТОЛОГІВ У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ

Сучасний розвиток світової спільноти визначив проблему формування єдиного освітнього простору при наявності в кожній національній освітній системі як своїх характерних особливостей, так і врахування глобальних тенденцій з метою збереження необхідного різноманіття. Єдиний освітній простір надає можливість національним системам освіти європейських країн узгоджувати освітні інтереси з партнерами на основі підвищення мобільності студентів, викладачів, управлінського персоналу, зміцнення зв'язків і співробітництва між ЗВО Європи. В результаті єдина Європа набуває більшої привабливості на світовому освітньому ринку. У контексті нашого дослідження розглянуто ті нормативно-правові акти, які спрямовані на регулювання освітньої діяльності щодо професійної підготовки фахівців, зокрема маркетологів.

Мета роботи: обґрунтувати особливості становлення нормативно-правової бази професійної підготовки маркетологів в країнах Європейського Союзу.

Методологія: на основі методів аналізу нормативно-правових актів, порівняння діяльності національних і загальноєвропейських професійних об'єднань досліджено розвиток нормативно-правової бази із питань професійної підготовки фахівців, зокрема маркетологів.

Наукова новизна статті полягає у визначенні впливу нормативного забезпечення на становлення професійної підготовки маркетологів у європейському просторі.

Висновки. Дослідження нормативно-правової бази підготовки фахівців у європейському контексті засвідчує, що становлення європейських норм і стандартів освіти в другій половині ХХ – початку ХХІ століття і їх впровадження в практику професійної освіти буде сприяти підвищенню інтеграції до загальноєвропейського інтелектуально-освітнього середовища. Процеси глобалізації, інтеграції, інформатизації суспільства вимагають нових підходів до професійної підготовки фахівців з маркетингу в Україні, гармонізації освітнього простору, а це можливо лише за умов уніфікації вимог до національних систем освіти, стандартизації технологій навчання, стандартизації процесів управління закладами освіти.

Зміни на ринку обумовлюють потребу у вдосконаленні методів підготовки майбутнього фахівця з маркетингу, що може бути предметом подальших досліджень.

Ключові слова: нормативно-правове забезпечення, професійна підготовка, маркетолог, європейський освітній простір.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток світової спільноти висунув проблему формування єдиного освітнього простору при наявності в кожній національній освітній системі як своїх характерних особливостей, так і врахування глобальних тенденцій з метою збереження необхідного різноманіття. В сучасному світі посилюється взаємозалежність і поглиблення взаємовідносин між усіма країнами світу, відбувається практично повна відмова від політики економічної і культурної самоізоляції. Ці та ряд інших причин глобального характеру змінюють розуміння сучасних освітніх тенденцій і відповідно вимагають нових підходів до організації системи освіти, вибору її цілей і характеру функціонування.

Безумовно, найважливішими завданнями європейської освітньої політики є підготовка фахівців, і зокрема маркетологів, тих, які повинні формувати стратегії розвитку галузей господарства на основі вивчення і впровадження інноваційних технологій, що зумовлює *актуальність* даної роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку систем підготовки фахівців у європейському освітньому просторі були предметом розгляду і вітчизняних, і зарубіжних дослідників. Так, етапи розвитку стратегії Європейського Союзу у галузі освіти розглядає О. Локшина, основні тенденції розвитку вищої освіти у глобальному і європейському вимірах – В. Байденко, проблеми розвитку неперервної професійної освіти – М. Солдатенко, освітні системи Європейського союзу – С. Сисоева, професійній підготовці менеджерів присвячені праці М. Пономарьової, розвитку педагогічної освіти – І. Сафонової, різним аспектам розвитку економічної освіти присвячені роботи відомих українських вчених О. Грішнєвої, А. Колота, О. Красовської, О. Овчарук, О. Пометун, П. Яковенко, Т. Фадиної, В. Кременя, О. Головні, У. Гузар, П. Кулікова, В. Парсяк. Актуальним проблемам порівняльної педагогіки та професійної підготовки присвячені наукові доробки Н. Авшенюк, Т. Логвиненко, Л. Лук'янової, О. Огієнко, Г. Товканець та інших. Дослідники підкреслюють, що проблема професійної підготовки фахівців потребує реальної державної політики, насамперед законодавчого забезпечення комплексу завдань, спрямованих на підвищення професійного рівня, вдосконалення структури, створення належних умов для професійного зростання. У цьому контексті аналіз документів ЄС щодо неперервної професійної освіти, а отже, і Європейського Союзу представляє значний інтерес.

Водночас підготовка маркетологів в європейському вимірі, на нашу думку, є недостатньо вивченою, зокрема маловивченим є нормативно-правове забезпечення підготовки маркетологів.

Мета статті: обґрунтувати особливості становлення нормативно-правової бази професійної підготовки маркетологів в країнах Європейського Союзу.

Методологія: на основі методів аналізу нормативно-правових актів, порівняння діяльності національних і загальноєвропейських професійних об'єднань досліджено розвиток нормативно-правової бази із питань професійної підготовки фахівців, зокрема маркетологів.

Наукова новизна статті полягає у визначенні впливу нормативного забезпечення на становлення професійної підготовки маркетологів у європейському просторі.

Виклад основного матеріалу. Становлення освітньої системи та професійної підготовки фахівців в Європі тісно пов'язане з історією становлення ЄС. У контексті нашого дослідження уваги заслуговують ті нормативно-правові акти, які спрямовані на регулювання освітньої діяльності щодо професійної підготовки фахівців. Насамперед, це стосується «Конвенції про захист прав людини та основних свобод», на основі якої гарантувалося право на освіту [7], «Міжнародного пакту про економічні, соціальні і культурні права» (забезпечення права на вищу освіту), «Конвенції про визнання навчальних курсів, дипломів про вищу освіту та наукових ступенів у державах регіону Європи» [1], що дало змогу адаптувати систему освіти країн ЄС до загальноєвропейських стандартів і стало важливим етапом розвитку професійної підготовки фахівців з маркетингу в країнах ЄС [6], «Конвенції про технічну та професійну освіту», «Міжнародні стандарти правового регулювання технічної та професійної освіти» [2].

Новий поштовх у розвитку професійної освіти та підготовці фахівців надали події так званого Болонського процесу, результатом якого стало створення концепції європейської освіти у межах єдиного освітнього простору [3].

Єдиний освітній простір дозволить національним системам освіти європейських країн взяти краще у партнерів: мобільність студентів, викладачів, управлінського персоналу, зміцнення зв'язків, співробітництва між ЗВО країн Європи. В цьому випадку єдина Європа буде більш приваблива на світовому освітньому ринку.

Для забезпечення гармонізації системи вищої освіти норми повинні стати «прозорими», максимально порівняними, що може бути досягнуто за рахунок широкого поширення однотипних освітніх циклів (бакалаврат, магістратура), введення єдиних або таких, що легко піддаються перерахунку систем освітніх кредитів (залікових одиниць), однакових форм фіксування одержуваних кваліфікацій, взаємного визнання документів академічних кваліфікацій, розвинених структур забезпечення якості підготовки фахівців тощо.

Отож, держави ЄС створили спільні інституції, яким делегували частину своїх національних повноважень. Тепер рішення в певних сферах загальних інтересів можуть ухвалюватись демократичним шляхом на загальноєвропейському рівні в контексті глобалізаційного процесу, з врахуванням чого формується освітня європейська інтеграція.

Для професійної освіти, зокрема підготовки маркетологів, важливою була «Конвенція про визнання кваліфікацій з вищої освіти в європейському регіоні» (1997), метою якої було створення умов задля забезпечення мобільності на європейському ринку праці з урахуванням цінностей і здобутків національних систем вищої освіти і науки. У подальшому у рішеннях цілої низки конференцій міністрів освіти європейських країн була розвинута ця ідея, наприклад, Лісабонська конвенція «Про визнання кваліфікацій» [3], яка ставить за мету створення таких умов, за якими більшість людей, скориставшись усіма цінностями і здобутками національних систем вищої освіти і науки, зможуть бути мобільними на європейському ринку праці.

Щодо професійної підготовки маркетологів, то однозначно подією було створення Європейської конфедерації з маркетингу (ЕМС) (1993) – асоціації національних маркетингових асоціацій 10 європейських країн для координації та просування освітніх програм з маркетингу та продажів. Це головна організація з маркетингу, продажів та комунікацій в Європі, яка розробила EMQF – European Marketing Qualification Framework (Європейську маркетингову кваліфікаційну рамку) [9]. EMQF спирається на опис

компетентностей і враховує кваліфікаційні системи, розроблені членами Європейської маркетингової конфедерації, а також їх партнерами. Вона надає можливість порівнювати місцеві кваліфікаційні характеристики по всій Європі і навіть на більш широкому географічному діапазоні, і прив'язувати їх до секторального підходу, розробленого EMC. Будь-яка характеристика місцевого характеру щодо кваліфікаційних норм маркетолога розглядається з позиції EMQF, що робить можливим: ідентифікувати (визначити) на професійній основі результат (компетентності); ідентифікувати рівень компетентностей даної характеристики по відношенню до рівнів компетентностей EQF; дати оцінку якості підготовки маркетологів за допомогою того ж набору інструментів, який застосовується на території Європи [9]. EMQF повністю інтегрована в ЄРК (Європейську рамку кваліфікацій) [10] через декларації принципів.

Асамблея EMC (2005 рік) визначила наступні принципові позиції:

1. Акредитацію в EMC на відповідність кваліфікаційним вимогам стандарту EMQF може пройти тільки національна асоціація, діяльність якої поширюється на всю країну і яка є членом EMC.

2. У разі якщо національні асоціації впроваджують повну кваліфікаційну систему, але є партнерами тих, хто це робить, то партнер буде брати участь в EMQF під контролем і при відповідальності асоціації-модератора.

3. У процесі акредитації контроль не повинен здійснюватися урядовою організацією, а кваліфікаційні вимоги, швидше за все, повинні відповідати стандартам, розробленим EMQF, а не стандартам, пропонованим державними акредитаційними центрами.

Сьогодні EMC затвердила 30 функцій (спеціалізацій) в сфері маркетингу.

У 2003 за сприяння Української Асоціації Маркетингу (УАМ) виданий офіційний переклад Директив і Керівництв ESOMAR (European Society of Marketing Research Professionals – Європейська асоціація дослідників громадської думки і маркетингу) українською мовою. Стандарти якості маркетингових досліджень і керівництва та директиви ESOMAR є нормами ведення бізнесу та маркетингової діяльності у дослідницькій галузі [8].

Перший Кодекс із практики маркетингових і соціальних досліджень був опублікований ESOMAR у 1948 р. Він наслідував низку Кодексів, розроблених національними органами і Міжнародною Торговою Палатою (ICC). У 1976 р. ESOMAR погодилася, що було би ліпше мати єдиний міжнародний Кодекс замість двох окремих, і наступного 1977 р. був опублікований об'єднаний ICC / ESOMAR Кодекс. Він був переглянутий і модернізований у 1986 і 1994 р. під час підготовки сучасної версії четвертого видання Кодексу ICC / ESOMAR. Встановлено, що ефективні комунікації між провайдерами та споживачами товарів і послуг усіх видів необхідні сучасному суспільству. Важливо мати різноманітні методи збирання інформації, і доступні канали, що базуються на застосування ІКТ й інших інтерактивних медіа. Один із найважливіших методів збирання інформації – використання маркетингових досліджень, до яких, як визначено Кодексом, належать соціальні дослідження й опитування громадської думки. Це є важливим положенням для професійної підготовки маркетологів, оскільки може впливати на вироблення змістової політики освітніх програм [5].

Кодексом початково визначено відповідні завдання у здійсненні маркетингових досліджень:

- встановлення етичних правил, яких потрібно дотримуватися у проведенні маркетингових досліджень;
- підвищення громадської довіри до маркетингових досліджень шляхом надання особливого значення правам і застережним заходам, на які вони вповноважені цим Кодексом;
- надання особливого значення громадській думці, особливо представників молоді;
- захист свободи маркетингових дослідників, відкритість пошуку, отримання і розподілу інформації.

Щодо нормативного регулювання професійної підготовки маркетологів у європейському контексті варто звернути увагу на діяльність Королівського інституту маркетингу (TheCharteredInstituteofMarketing, CIM, Великобританія) – найбільшого об'єднання професійних маркетологів, що має репутацію провідного центру розробки маркетингових стандартів, розвитку професійного маркетингу, навчання та підвищення кваліфікації практикуючих маркетологів. Сертифікати та дипломи Королівського інституту маркетингу визнаються в усьому світі і є для роботодавців знаком якості отриманої освіти.

У березні 2010 року був започаткований TheEuropeanHigherEducationArea (ЕНЕА) Європейський простір вищої освіти (ЄПВО). Він призначений забезпечити більш порівнянні, сумісні та узгоджені системи вищої освіти в Європі з метою сприяння мобільності та працездатності студентів шляхом впровадження системи, основаної на бакалавраті, магістратурі та аспірантурі, з зрозумілими програмами та ступеннями.

Того ж 2010 року InternationalMarketingBusinessAcademy представляє в Україні міжнародну кваліфікаційну програму професійного навчання маркетингу від NetherlandsInstituteofMarketing (NIMA), Нідерланди. Дипломи програм Академії відповідають рівням EuropeanQualification Framework – EQF4, EQF5 і EQF6.

Контент навчальних програм розробляється експертними радами європейських освітніх установ, відповідно до вимог європейського ринку і світових тенденцій, затверджується в Європейській Маркетинговій Конфедерації (ЕМС), а також проходить акредитацію рівня кваліфікації відповідно до EQF. Глобально контент міжнародних програм навчання відрізняє системний підхід до формування структури курсу і його наповнення, огляд світової практики, новітніх трендів і кращих кейсів, а також високий рівень якості навчального матеріалу і об'єктивність.

Європейська рамка кваліфікацій (EQF) діє як узгоджувальний центр щодо регулювання положень національних рамок кваліфікації в Європі, сприяючи мобільності працівників та студентів між країнами та полегшуючи їх навчання протягом усього життя. EQF має на меті здійснювати регульовальні дії щодо національних систем кваліфікацій різних країн та узгодження їх із загальною європейською системою кваліфікації. Люди та роботодавці зможуть використовувати EQF для кращого розуміння та порівняння

рівнів кваліфікацій у різних країнах та різних системах освіти та навчання. Починаючи з 2012 року, всі нові кваліфікації, зареєстровані в Європі, узгоджуються з нормами відповідного рівня EQF.

Основа EQF стосується восьми опорних рівнів, в яких визначаються «результати навчання», тобто рівні кваліфікацій, починаючи від базового (рівень 1) до підвищеного (рівень 8). Це дає можливість набагато простішого порівняння між національними кваліфікаціями, а також означає відповідність національних рівнів кваліфікації. EQF застосовується до всіх типів освіти, підготовки та кваліфікації, від шкільної до академічної, та професійної. Цей підхід зміщує фокус від традиційної системи, яка акцентує увагу на тривалості досвіду навчання або типові навчальних закладів. Він також заохочує навчання протягом усього життя, сприяючи розвитку неформального та інформального навчання [10].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Дослідження нормативно-правової бази підготовки фахівців у європейському контексті засвідчує, що становлення європейських норм і стандартів освіти в другій половині ХХ – початку ХХІ століття і їх впровадження в практику професійної освіти буде сприяти підвищенню інтеграції до загальноєвропейського інтелектуально-освітнього середовища. Процеси глобалізації, інтеграції, інформатизації суспільства вимагають нових підходів до професійної підготовки фахівців з маркетингу в Україні, гармонізації освітнього простору, а це можливо лише за умов уніфікації вимог до національних систем освіти, стандартизації технологій навчання, стандартизації процесів управління закладами освіти.

Зміни на ринку обумовлюють потребу у вдосконаленні методів підготовки майбутнього фахівця з маркетингу, що може бути предметом подальших досліджень.

References

1. Конвенція про визнання учбових курсів, дипломів про вищу освіту і вчених ступенів у державах регіону Європи. *База даних «Ліга Закон». Головний правовий портал України.* URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MU79K05U.html (дата звернення 15.03.2020).
Konventsiia pro vyznannia uchbovykh kursiv, dyplomiv pro vyshchu osvitu i vchenykh stupeniv u derzhavakh rehionu Yevropy [Convention on the Recognition of Training Courses, Diplomas for Higher Education and Academic Degrees in the States of the European Region]. *Baza danykh « Lyha Zakon». Hlavnii pravovoi portal Ukrainy – The database is «League of Law». The main legal portal of Ukraine.* Retrieved from: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MU79K05U.html.
2. Конвенція про технічну та професійну освіту. *База даних «Законодавство України» ВР України.* URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_271 (дата звернення 10.03.2020).
Konventsiia pro tekhnichnu ta profesiinu osvitu [Convention on Technical and Vocational Education]. *Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». VR Ukrainy – Legislation of Ukraine database of the Verkhovna Rada of Ukraine.* Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_271.
3. Лиссабонская Конвенция. *База даних «Независимое агентство по обеспечению качества в образовании».* URL: <https://iqaa.kz/mezhdunarodnye-dokumenty/lissabonskaya-konventsiya> (дата звернення 12.04.2020).
Lyssabonskaia Konventsiia [Lisbon Convention]. *Baza danykh Nezavysymoe ahentstvo po obespecheniui kachestva v obrazovanii – Database is «Independent Agency for Quality Assurance in Education».* Retrieved from: <https://iqaa.kz/mezhdunarodnye-dokumenty/lissabonskaya-konventsiya>.
4. Міжнародні нормативно-правові акти про освіту та їхній вплив на формування державної політики в галузі освіти України. *База даних сайт Комітету Верховної Ради України з питань освіти, науки та інновацій.* URL: <http://kno.rada.gov.ua/print/73183.html> (дата звернення 29.03.2020).
Mizhnarodni normatyvno-pravovi akty pro osvitu ta yikhni vplyv na formuvannia derzhavnoi polityky v haluzi osvity Ukrainy [International legal acts on education and their influence on the formation of state policy in the field of education of Ukraine]. *Baza danykh sait Komitetu Verkhovnoi Rady Ukrainy z pytan osvity, nauky ta innovatsii – Database is the site of the Committee of the Verkhovna Rada of Ukraine on Education, Science and Innovation.* Retrieved from: <http://kno.rada.gov.ua/print/73183.html>.
5. Международный кодекс ICC/ESOMAR по практике проведения маркетинговых и социальных исследований, изучения общественного мнения и анализа данных. URL: https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ICCESOMARCode_Russian_.pdf (дата звернення 29.03.2020).
Mezhdunarodnyi kodeks ICC/ESOMAR po praktyke provedeniya marketynhovykh y sotsyalnykh yssledovaniy, yzucheniya obshchestvennoho mneniya y analiza danykh [ICC / ESOMAR International Code of Practice for Marketing and Social Research, Public Opinion and Data Analysis]. Retrieved from: https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ICCESOMAR_Code_Russian_.pdf.
6. Стандарти. *База даних Українська Асоціація Маркетинга.* URL: <http://uam.in.ua/ukr/standarts/> (дата звернення 29.03.2020).
Standarty [Standards]. *Baza danykh Ukrainaskaia Assotsyatsiia Marketynha – Database is Ukrainian Marketing Association.* Retrieved from: <http://uam.in.ua/ukr/standarts/>.
7. Статус Конвенции о защите прав человека и основных свобод (Рим, 4 ноября 1950 г.). *База даних «Гарант».* URL: <http://base.garant.ru/2540800/> (дата звернення 19.03.2020).
Status Konventsiy o zashchite prav cheloveka y osnovnykh svobod (Rym, 4 noiabria 1950 h.) [Status of the Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms (Rome, November 4, 1950)]. *Baza danykh «Garant» – Database is «Guarant».* Retrieved from: <http://base.garant.ru/2540800/>.

8. ESOMAR. База даних «Вікіпедія». URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/ESOMAR> (дата звернення 29.03.2020). ESOMAR. База даних «Вікіпедія» – Wikipedia database. Retrieved from: <https://uk.wikipedia.org/wiki/ESOMAR>.
9. European Marketing Confederation. База даних «сайт Європейської маркетингової конфедерації». URL: <https://emc.be/about-emcq/> (дата звернення 20.03.2020). European Marketing Confederation. База даних «сайт Європейської маркетингової конфедерації» – Database is «Site of the European Marketing Confederation». Retrieved from: <https://emc.be/about-emcq/>.
2. European Qualifications Framework. База даних «Європейський центр розвитку професійної підготовки». URL: <https://www.cedefop.europa.eu/en/events-and-projects/projects/european-qualifications-framework-eqf> (дата звернення 29.03.2020). European Qualifications Framework. База даних «Європейський центр розвитку професійної підготовки» – Database is «European Center for the Development of Vocational Training». Retrieved from: <https://www.cedefop.europa.eu/en/events-and-projects/projects/european-qualifications-framework-eqf>.

Tovkanets G.

ORCID 0000-0002-6191-9569

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor,
Head of the Department of Theory and Methods of Primary Education,
Mukachevo State University
(Mukachevo, Ukraine) E-mail: tookanec2017@gmail.com

Kravchenko T.

ORCID 0000-0002-4963-4667

Senior Lecturer of English
philology and methods of teaching foreign languages department,
Mukachevo State University
(Mukachevo, Ukraine) E-mail: tkravchenko405@gmail.com

REGULATORY SUPPORT OF PROFESSIONAL TRAINING OF MARKETERS IN THE EUROPEAN EDUCATIONAL SPACE

The modern development of the world community has identified the problem of forming a single educational space with the presence in each national educational system of both its specific features and taking into account global trends in order to preserve the required diversity.

A single educational space enables national education systems in European countries to reconcile their educational interests with partners through increased mobility of students, teachers, management staff, strengthening ties and cooperation between higher education institutions in Europe. As a result, a united Europe is becoming more attractive in the global education market.

In the context of our study, we have considered those regulations that are aimed at regulating the educational activities of professional training of specialists, including marketers.

***The aim** is to substantiate the peculiarities of the formation of the legal framework of marketers' professional training in the countries of the European Union.*

***Methodology:** on the basis of methods of legal acts analysis, comparison of the activities of national and European professional associations, the development of the legal framework on the training of specialists, in particular marketers, has been investigated.*

***The scientific novelty** of the article is to determine the impact of regulatory support on the development of professional training of marketers in the European space.*

***Conclusions.** The study of the legal framework for training specialists in the European context shows that the establishment of European education standards and standards in the second half of the XX – beginning of the XXI century and their introduction into the practice of vocational education will help to increase integration into the European intellectual and educational environment. The processes of globalization, integration, informatization of society requires new approaches to professional training of marketing specialists in Ukraine, harmonization of the educational space, and this is possible only in the case of unification of requirements to national education systems, standardization of training technologies, standardization of processes of management of educational institutions.*

Changes in the market necessitate the improvement of methods for training a future marketing specialist, which may be the subject of further research.

Keywords: regulatory support, vocational training, marketer, European educational space.

Стаття надійшла до редакції 21.04.2020

Рецензент: доктор педагогічних наук, професор **І. В. Козубовська**