

УДК 378.377(410)  
DOI: 10.24144/2524-0609.2020.46.59-63

**Кравченко Тетяна Миколаївна**  
аспірант спеціальності 011 «Освітні, педагогічні науки»  
Мукачівський державний університет  
м.Мукачево, Україна  
tkravchenko405@gmail.com  
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-4963-4667>

## ОСВІТНІ ПРОПОЗИЦІЇ ЯК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИМОГ РИНКУ ПРАЦІ З ПІДГОТОВКИ МАРКЕТОЛОГІВ У ВЕЛИКОБРИТАНІЇ

**Анотація.** У статті здійснено аналіз освітніх пропозицій з підготовки фахівців з маркетингу у Великобританії. Мета статті полягає в обґрунтуванні особливостей освітніх пропозицій з підготовки маркетологів у Великобританії. Розв'язання визначених завдань здійснювалося із застосуванням таких дослідницьких методів: аналізу – для вивчення інформації із сайтів різних освітніх установ Великобританії та літературних джерел, систематизації – для визначення освітніх пропозицій, узагальнення – для обґрунтування особливостей освітніх пропозицій та формулювання висновків. Наукова новизна полягає у дослідженні особливостей кваліфікаційних пропозицій у підготовці маркетологів в професійних організаціях у Великобританії. Представлено перелік кваліфікацій з маркетингу, які здобувачі можуть отримати в професійних організаціях Великобританії та визначено особливості професійних кваліфікацій, які можуть здобути студенти в рамках маркетологічної підготовки. Зроблено висновок, що освітні пропозиції переважно спрямовані на організацію підготовки фахівців до практичної діяльності, вдосконалення якісного їх навчання, що дає можливість максимально гнучко будувати кар'єру маркетолога та забезпечувати конкурентоздатність фахівця на ринку праці.

**Ключові слова:** маркетолог; професійна кваліфікація; професійні організації; освітні пропозиції; Великобританія.

**Вступ.** Інтенсивність кооперації транснаціональних компаній, розширення кордонів виробництва, ринків товарів і послуг до глобальних масштабів вплинули на економічне, соціальне, культурне життя на всіх континентах, спричиняючи міграцію населення.

Важливим чинником модернізації соціально-економічних відносин в сучасному глобалізованому середовищі на початку XXI століття, утвердження ринкових принципів господарювання та основою всіх суспільних і соціальних перетворень є підготовка фахівців нової формати, зокрема для маркетологічної галузі, яка потребує фахівців, здатних ефективно вирішувати актуальні ринкові проблеми.

Однією з найбільш прогресивних країн, де системно ведеться підготовка маркетологів, є Великобританія, яка має понад 100-річний досвід підготовки фахівців цієї галузі, а професійні стандарти та програми є найсучаснішими та відповідають вимогам ринку праці. Вважаємо, що для становлення маркетологічної освіти в Україні буде корисним вивчення позитивного досвіду такої професійної підготовки, зокрема щодо освітніх пропозицій та кваліфікацій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, не вирішеної раніше частини загальної проблеми.** Питанням підготовки фахівців з маркетингу з різних позицій займалися такі науковці як: М.В.Вачевський – теоретико-методичні засади формування у майбутніх маркетологів професійних компетенцій [1], І.О.Горбуліч – підготовка майбутніх фахівців з маркетингу [2], О.В.Сергєєва – особливості професійної освіти у Великобританії [6], Н.М.Лашук – педагогічні умови формування медіакомпетентності майбутніх маркетологів у процесі фахової підготовки [3], М.А.Лоцилова – професійна і вища освіта Великобританії [4], І.В.Ромашенко – формування професійної компетентності майбутніх фахівців з маркетингу сфери управління у процесі вивчення фахових дисциплін [5] та інші. Підвищення рівня якості маркетингової освіти, створення необхідних умов для впровадження інноваційних підходів в освіті зумовлюють вивчення зарубіжного досвіду підготовки фахівців з маркетингу, зокрема пропозицій профе-

сійних організацій для здобуття професійної кваліфікації з маркетингу у Великобританії.

**Мета статті** – обґрунтувати особливості освітніх пропозицій з підготовки маркетологів у Великобританії.

**Методи дослідження.** Розв'язання визначених завдань здійснювалося із застосуванням таких дослідницьких методів: аналізу – для вивчення інформації із сайтів різних освітніх установ Великобританії та літературних джерел, систематизації – для визначення освітніх пропозицій, узагальнення – для обґрунтування особливостей освітніх пропозицій та формулювання висновків.

**Виклад основного матеріалу.** Підкреслимо, що маркетинг у Великобританії – це динамічна галузь з оборотом у кілька мільярдів фунтів стерлінгів, що пропонує глобальні можливості кар'єрного зростання від стратегічного планування і управління до креативної комунікації і реклами. Кількість маркетологів значно зросла за останні 10 років, і, згідно з урядовою статистикою, зараз у Великобританії працює понад 700 000 маркетологів.

За цей час також відбулися значні зміни в діапазоні і кількості доступних маркетингових кваліфікацій – як професійних, так і академічних. Збільшилася кількість людей, що поступають до університетів [9; 10], і починаючи з 2016 р. існує понад 1000 курсів для студентів, які включають маркетинг в якості другорядного або основного предмета. У сучасній економічній ситуації конкуренція за робочі місця в маркетинговій сфері різко зросла, до кваліфікацій маркетологів роботодавці ставлять підвищені вимоги, зокрема при наймі на роботу або просуванні по службі вони все частіше вимагають професійну кваліфікацію в галузі маркетингу.

Для вирішення цього завдання професійні організації Великобританії працювали над встановленням ряду кваліфікацій, що забезпечують відновлене практичне навчання і міжнародно визнані кваліфікації. Наприклад, Королівський інститут маркетингу (Chartered Institute of Marketing (CIM) опублікував нові професійні стандарти для маркетологів, засновані на дослідженнях з роботодавцями, щоб надати

нову основу для оцінки здібностей і навичок професійних маркетологів [8]. Дуже часто кваліфікація маркетолога визначається на основі того, в якій професійній організації навчався здобувач.

Зазначимо, що у Великобританії існує багато варіантів вибору кваліфікації маркетолога для здобувачів, що залежить і від рівня досвіду роботи (див. табл. 1).

Таблиця 1.

**Перелік кваліфікацій з маркетингу, які здобувачі можуть отримати у Великобританії**

Кваліфікація	Освітня установа, організація
Загальний маркетинг / Політика розвитку продукту чи послуги / Управління маркетингом	Королівський інститут маркетингу (CIM) Інститут комерційного управління (ICM) Асоціація керівників підприємств (ABE)
Маркетингові комунікації / Цифровий маркетинг	Фонд комунікацій та маркетингу (CAM) Інститут прямого та цифрового маркетингу (IDM) Інститут практиків реклами (IPA) Інститут рекламного маркетингу (IPM)
Дослідження ринку	Товариство з дослідження ринку (MRS)
Продажі та маркетинг	Інститут управління збутом та маркетингом (ISMM)
Зв'язки з громадськістю	Сертифікований інститут зв'язків з громадськістю (CIPR)

[Джерело: систематизація автора]

Ключовим питанням при виборі кваліфікації для навчання є «переносимість» кваліфікації при зміні роботи, тобто надає ця кваліфікація можливість працювати або продовжувати навчання в певній сфері маркетингу чи ні. Значною мірою це залежить від статусу організації, що видає диплом чи сертифікат, та якості навчальної програми.

Розглянемо детальніше особливості освітніх пропозицій провідних професійних і громадських організацій Великобританії, які здійснюють підготовку фахівців з маркетингу.

Провідною освітньою установою з підготовки маркетологів (понад 33 000 членів у 130 країнах світу) є *Королівський інститут маркетингу (The Chartered Institute of Marketing (CIM))*, яка здійснює підготовку з 1921 року. Основною метою підготовки фахівців CIM є забезпечення умов для професійної підготовки маркетологів для здобуття високого рівня знань, необхідних для досягнення успіху в галузі маркетингу.

В цьому закладі освіти здійснюється підготовка за програмами сертифікованого маркетолога. В даний час CIM пропонує 4 кваліфікації з маркетингу: сертифікований слухач CIM Foundation в галузі маркетингу, сертифікований фахівець CIM у професійному маркетингу, дипломований фахівець CIM з професійного маркетингу, дипломований магістр з маркетингу CIM.

*Фонд освіти з реклами та маркетингу у сфері комунікацій / Communication Advertising Marketing (foundation) (CAM)*, який був створений у 1970 р. як благодійний фонд з метою розвитку базових навчальних навичок для персоналу маркетингових агенцій, пропонує на ринку освітніх послуг освітні програми, які надають можливість отримати кваліфікацію дипломованого фахівця з маркетингу. Зокрема, викремлено наступні кваліфікації: дипломований фахівець з маркетингових комунікацій, дипломований фахівець з цифрового маркетингу, дипломований фахівець з цифрового маркетингу (медіа та брендинг), дипломований фахівець з цифрового маркетингу (метрики та аналітика), дипломований фахівець з цифрового маркетингу (мобільний).

*Чартерний інститут зв'язків з громадськістю / Chartered Institute of Public Relation (CIPR)* є найбільшим інститутом, який регулює діяльність фахівців у сфері зв'язків з громадськістю в Європі. Підготовка фахівців-маркетологів спрямована на формування компетенцій, які забезпечують професійну діяль-

ність у сфері зв'язків з громадськістю. Водночас в інституті в більшій мірі створюються законодавчі ініціативи з проблем розвитку публік рілейшнз та розробляються практичні рекомендації щодо удосконалення роботи з громадськістю на національному рівні.

В даний час CIPR пропонує 7 кваліфікацій з PR (рівні 4,5 (проміжні) та рівень 7 (магістр): премійований фахівець Фонду CIPR у зв'язках з громадськістю; сертифікований фахівець з внутрішнього спілкування CIPR; дипломований фахівець з внутрішнього спілкування CIPR; сертифікований фахівець CIPR у зв'язках з громадськістю (розширена версія); дипломований фахівець CIPR з зв'язків з громадськістю; дипломований фахівець з громадських питань CIPR; дипломований фахівець з комунікацій в кризових ситуаціях.

*Товариство з дослідження ринку / The Market Research Society (MRS)* є громадською організацією, яка разом з тим здійснює і освітню діяльність. До складу найбільшої в світі дослідницької асоціації входять члени з більш ніж 60 країн. В даній організації проводяться дослідження щодо соціальних проблем та розвитку громадської думки, відповідно надаються консультації у сфері бізнес-аналітики. Освітні пропозиції MRS стосуються підготовки маркетологів за такими кваліфікаціями: сертифікований фахівець MRS в маркетингових та соціальних дослідженнях; сучасний сертифікований фахівець MRS у практиці ринку та соціальних досліджень; дипломований фахівець MRS в галузі ринку та соціальних досліджень

*Інститут прямого та цифрового маркетингу / Institute of Direct&Digital Marketing (IDM)* є провідним організацією Великобританії з питань професійного розвитку прямого та цифрового маркетингу. Заснований в 1987 році, IDM є освітнім трестом та благодійною організацією. Особливості освітніх пропозицій є підготовка фахівців з маркетингу, які кваліфікуються як: професійний сертифікований фахівець IDM зі соціальних мереж, професійний сертифікований фахівець IDM з маркетингу електронної пошти, професійний сертифікований фахівець IDM з пошукового маркетингу, професійний дипломований фахівець IDM з цифрового маркетингу, професійний дипломований фахівець IDM з прямого та цифрового маркетингу, дипломований магістр IDM з цифрового маркетингу, дипломований магістр IDM з прямого та цифрового маркетингу.

*Інститут рекламного маркетингу / The Institute of Promotional Marketing (IPM)* був заснований в 1933 році як Британська асоціація сприяння продажу, згодом перетворившись на Асоціацію керівників сприяння продажу. Він був перейменований в Інститут сприяння збуту в 1979 році, перед тим як перейти на IPM в 2010 році. IPM – єдине торгове об'єднання, яке представляє промоутерів, агентства та сервісних партнерів, що займаються рекламним маркетингом і має 300 членів. Водночас це торгове об'єднання організацій, що займаються промоційним маркетингом та професійний орган для окремих практиків промоційного маркетингу, має освітні пропозиції за 2 кваліфікаціями з маркетингу: сертифікований фахівець IPM з рекламного маркетингу, дипломований фахівець IPM з рекламного маркетингу

*Інститут управління продажами та маркетингу / Institute of Sales and Marketing Management (ISMM)* є міжнародним представницьким органом продавців, що заснований у 1966 році для просування стандартів досконалості в управлінні продажами та управління продажами, а також для підвищення статусу та профілю продажів як професії. Саме ISMM є арбітром у сприянні престижу та доброчесності продажу. Це єдиний орган акредитований Ofqual, який присвоює національно визнані кваліфікації з управління та продажу. Освітні пропозиції цього інституту стосуються таких кваліфікацій з маркетингу: сертифікований та дипломований фахівець ISMM з продажів та маркетингу 3 рівня, сертифікований та дипломований фахівець ISMM з продажів та маркетингу 4 рівня.

*Асоціація керівників підприємств / The Association of Business Executives (ABE)* – пропонує 4 кваліфікації з маркетингу: дипломований фахівець 4 рівня з маркетингового менеджменту, дипломований фахівець 5 рівня з маркетингового менеджменту, дипломований фахівець 6 рівня з управління маркетингом, дипломований фахівець 6 рівня з управління маркетингом (розширена версія) [8].

Провідним професійним органом з управління бізнесом та комерційним бізнесом є *Інститут комерційного управління / The Institute of Commercial Management (ICM)*. Освітні програми забезпечують підготовку фахівців з маркетингу за 9 кваліфікаціями: дипломований фахівець з маркетингу, дипломований фахівець з маркетингу Advanced, дипломований бакалавр з маркетингу, сертифікований фахівець в сфері управління маркетингом, дипломований фахівець в сфері управління маркетингом, дипломований фахівець у сфері управління маркетингом Advanced, дипломований фахівець у сфері управління маркетингом, дипломований фахівець з маркетингу, реклами та зв'язкам з громадськістю, дипломований фахівець Advanced в сфері маркетингу, реклами та зв'язків з громадськістю.

*Інститут практиків реклами / The Institute of Practitioners in Advertising (IPA)* як професійна організація для рекламних, медіа і маркетингових комунікаційних агентств у Великобританії надає базові послуги підтримки членам організації, включаючи консультативні, юридичні та інформаційні послуги. Наразі IPA пропонує такі кваліфікації: сертифікований фахівець фонду, сертифікований фахівець пошуку IPA, сертифікований фахівець IPA LegRegs., комерційний сертифікований фахівець, сертифікований фахівець (розширена версія), дипломований фахівець з передачі передового досвіду.

*Асоціація консультантів по зв'язках з громадськістю / The Public Relations Consultants Association (PRCA)* – це професійна організація, що представ-

ляє британські PR-консультантів, внутрішні комунікаційні команди, PR-фрілансерів і приватних осіб. Вона просуває всі аспекти роботи з громадськістю та внутрішніми комунікаціями, спрямований на підвищення стандартів в області PR і комунікацій, забезпечує членів галузевими даними, сприяє обміну передовими методами комунікації і створює можливості для взаємодії. В даний час PRCA пропонує 3 кваліфікації: онлайн-сертифікований фахівець PRCA, сертифікований фахівець PRCA Advanced, дипломований фахівець PRCA [7].

Звернемо увагу на відмінність між дипломом та сертифікатом, яка дуже часто визначається обсягом освітньої програми та тривалістю курсу. Щоб отримати сертифікат маркетолога, необхідно завершити короткочасну навчальну програму. Це найнижчий рівень академічної кваліфікації, що забезпечує фундаментальне розуміння конкретного професійного профілю та дозволяє розвивати компетентність у кар'єрі. Після закінчення курсу для отримання сертифіката, кандидати отримують відносно просте уявлення про предмет за якомога коротший час. Зазвичай сертифікаційний курс триває від одного дня до шести місяців. Знання або навички, отримані в ході сертифікаційного курсу, є мінімальними. Основою такого навчання є формування базових навичок, які могли б стати рушійною силою для стимулювання щодо проходження більш поглибленого курсу з тієї ж теми. Курс сертифіката також може бути частиною більшої програми, яка може вимагати отримання більше знань в певній галузі навчання.

Курс, на основі якого присвоюється диплом, подібний до курсу сертифікаційного і часто присуджується в технічних або громадських школах. Дипломний курс пропонує більш глибоку професійну підготовку порівняно з курсом сертифікатів. Більшість дипломних курсів є професійними і базуються на практичній підготовці.

В таблиці 2 наведено перелік професійних кваліфікацій маркетологів, які можна здобути у Великобританії.

На основі аналізу освітніх пропозицій у Великобританії можемо визначити особливості здобуття професійної підготовки маркетолога в залежності від рівня кваліфікації. Найбільш вагомими, тобто тими, які забезпечують здобувача освіти знаннями високого рівня, що дає можливість бути конкурентоздатними на національному і міжнародному ринку маркетингових послуг є кваліфікації, які надають програми професійних організацій, зокрема диплом магістра (диплом магістра CIM, дипломи CIPR, диплом магістра ICM, дипломи магістра IDM, диплом MPC). Випускники таких освітніх програм, як правило, є фахівцями, які здатні позитивно навчатись і підвищувати рівень фаховості та громадянської і політичної компетентності, застосовувати здобуті знання задля загального добробуту. Особистісним виміром є досягнення високого рівня освіченості й кваліфікації у галузі маркетингу, заснованої на знаннях економіки, володіння метазнаннями й метакомпетентностями, достатніми й необхідними для демократичного громадянства, навчання впродовж життя, продуктивної й ефективно професійної діяльності.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Особливості освітніх пропозицій в підготовці маркетологів у Великобританії визначають гнучке реагування на зміни в структурі системи освіти і суспільного життя. Аналіз кваліфікаційних пропозицій з підготовки маркетологів провідних освітніх професійних організацій Великобританії засвідчує, що вони переважно спрямовані на організацію підготов-

Таблиця 2.

Перелік професійних кваліфікацій маркетологів та їх співвідношення з академічними

QCF/ FHEQ	NVQ Національна професійна кваліфікація Рівень	Кваліфікації вищої освіти		Документ про кваліфікацію
Рівень 7	NVQ 5	Університетська освіта	Диплом магістра	Диплом магістра CIM Дипломи CIPR Диплом магістра ICM Дипломи магістра IDM Диплом MPC
Рівень 6				Диплом CIM з професійного маркетингу Диплом випускника ICM Дипломи IDM Диплом ABE рівня 6
Рівень 5	NVQ 4		Базова ступінь BA, BSc (бакалавр)	Міжнародний сертифікат зв'язку CIPR Сертифікат CIPR Advanced Сертифікат MRS Advanced Диплом ICM Advanced Сертифікати IDM Диплом IPM Диплом ABE рівня 5
Рівень 4				Сертифікат CIM в галузі професійного маркетингу Сертифікат CIPR Диплом ICM Сертифікат та диплом ISMM в галузі S&M Диплом ABE рівня 4
Рівень 3	NVQ 3		Підготовчий	Сертифікат Foundation CIM Відзнака Foundation CIPR Сертифікати ICM Сертифікат IPM Сертифікати та дипломи ISMM у галузі S&M

[Джерело: 7]

ки фахівців до практичної діяльності, вдосконалення якісного їх навчання, акцентується увага швидше на співпрацю, ніж гармонізацію або стандартизацію. Це дає можливість максимально гнучко будувати кар'єру маркетолога та забезпечувати конкурентоз-

датність фахівця на ринку праці.

Напрямок подальших наукових пошуків може стати дослідження змісту підготовки фахівців з маркетингу в університетах Великобританії.

**Список використаної літератури**

1. Вачевський М.В. Теоретико-методичні засади формування у майбутніх маркетологів професійних компетенцій: автореф. дис. ... д-ра пед. наук: спец. 13.00.04 «Теорія та методика професійної освіти». Київ, 2008. 41 с.
2. Горбуліч І. О. Підготовка майбутніх фахівців з маркетингу до ділового спілкування засобами професійно-орієнтованої технології: автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. пед. наук: 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка». Старобільськ, 2016. 22 с.
3. Лашук Н.М. Педагогічні умови формування медіакомпетентності майбутніх маркетологів у процесі фахової підготовки. *Молодий вчений*. 2018. № 2.1(54.1). С.74-77.
4. Лощилова М.А. Профессиональное и высшее образование Великобритании. *Профессиональное образование в России и за рубежом*. 2013. Вып. 2 (10). С.55–59.
5. Ромащенко І. В. Формування професійної компетентності майбутніх фахівців з маркетингу сфери управління у процесі вивчення фахових дисциплін: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. / І.В.Ромащенко; Нац. пед. ун-т ім. М.П.Драгоманова. К., 2010. 20 с.
6. Сергеева О.В. Особливості професійної освіти у Великобританії. Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. 2010. Вип. 5. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps\\_2010\\_5\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps_2010_5_15) (дата звернення: 20.09.2020).
7. 7th Definitive Guide Final. URL: [https://www.marketingcollege.com/publications/wp-content/uploads/2010/04/7th\\_DefinitiveGuideFinal.pdf](https://www.marketingcollege.com/publications/wp-content/uploads/2010/04/7th_DefinitiveGuideFinal.pdf) (дата звернення: 20.09.2020).
8. Professional marketing standards. URL: <https://www.cim.co.uk/media/7013/professional-marketing-competencies-2019.pdf> (дата звернення: 20.09.2020).
9. UCAS Data and analysis Postgraduate statistics and reports. UCAS Undergraduate releases. URL: <https://www.ucas.com/data-and-analysis/postgraduate-statistics-and-reports/ucas-postgraduate-releases/ucas-postgraduate-applicant-releases-2020-cycle> (дата звернення: 20.09.2020).
10. UCAS Data and analysis Undergraduate statistics and reports. UCAS Undergraduate releases. URL: <https://www.ucas.com/data-and-analysis/undergraduate-statistics-and-reports/ucas-undergraduate-releases/ucas-undergraduate-applicant-releases-2020-cycle> (дата звернення: 20.09.2020).

**References**

1. Vachevsky, M.V. (2008). *Teoretyko-metodychni zasady formuvannia u maibutnikh marketolohiv profesiinykh kompetentsii* [Theoretical and methodological principles of formation of professional competencies of future marketers] (Unpublished doctoral dissertation). Institute of Pedagogics of APS of Ukraine. [in Ukrainian].
2. Horbulich, I.O. (2016). *Pidhotovka maibutnikh fakhivtsiv z marketynhu do dilovoho spilkuvannia zasobamy profesiino-orientovanoi tekhnolohii* [Training of future specialists in marketing for business communications by means of professionally-

- oriented technology]. T.Shevchenko Luhansk National University. [in Ukrainian].
3. Lashuk, N.M. (2018). Pedagogichni umovy formuvannia mediakompetentnosti maibutnikh marketolohiv u protsesi fakhovoi pidhotovky [Pedagogical conditions for the formation of media competence of future marketers in the process of professional training]. *Molodyi vchenyi*, 2.1(54.1), 74–77. [in Ukrainian].
  4. Loshchilova, M.A. (2013). Profesionalnoe i vysshshhee obrazovanie Velykobrytanii [Further and Academic Education in Great Britain]. *Topical problems of professional pedagogics*, 2(10), 55–59. [in Russian].
  5. Romashchenko, I.V. (2010). *Formuvannia profesiianoi kompetentnosti maibutnikh fakhivtsiv z marketynhu sfery upravlinnia u protsesi vyvchennia fakhovykh dystsyplin* [Formation of professional competence of future specialists in marketing in the field of management in the process of studying professional disciplines] (Extended abstract of unpublished candidate dissertation). M.Drahomanov National pedagogical University. [in Ukrainian].
  6. Serheieva, O.V. (2010). Osoblyvosti profesiinoi osvity u Velykobrytanii [Features of vocational education in the UK]. *Visnyk Natsional'noyi akademiyi Derzhavnoyi prykordonnoyi sluzhby Ukrainy*, 5. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps\\_2010\\_5\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps_2010_5_15) [in Ukrainian].
  7. 7th Definitive Guide Final (2010). [https://www.marketingcollege.com/publications/wp-content/uploads/2010/04/7th\\_DefinitiveGuideFinal.pdf](https://www.marketingcollege.com/publications/wp-content/uploads/2010/04/7th_DefinitiveGuideFinal.pdf).
  8. Professional marketing standards. (2019). <https://www.cim.co.uk/media/7013/professional-marketing-competencies-2019.pdf>.
  9. UCAS Data and analysis Postgraduate statistics and reports. (2020). <https://www.ucas.com/data-and-analysis/postgraduate-statistics-and-reports/ucas-postgraduate-releases/ucas-postgraduate-applicant-releases-2020-cycle>.
  10. UCAS Data and analysis Undergraduate statistics and reports. (2020). <https://www.ucas.com/data-and-analysis/undergraduate-statistics-and-reports/ucas-undergraduate-releases/ucas-undergraduate-applicant-releases-2020-cycle>

Стаття надійшла до редакції 12.10.2020 р.  
Стаття прийнята до друку 16.10.2020 р.

**Kravchenko Tetiana**

PhD student 011 «Educational, pedagogical sciences» programme  
Mukachevo State University  
Mukachevo, Ukraine

## EDUCATION PROPOSALS AS SUPPORTING THE LABOR MARKET REQUIREMENTS IN THE UK

**Abstract.** The educational proposals for the training of marketers in the UK have been analyzed in the article. The purpose of the article is to substantiate the features of educational proposals for the training of marketers in the UK. The tasks were solved using the following research methods: analysis – to study information from the sites of various educational institutions in the UK and scientific literature sources; systematization – to determine educational proposals; generalization – to substantiate the features of educational proposals and draw conclusions. The scientific novelty is the study of the features of qualification proposals in the training of marketers at professional organizations in the UK. The list of marketing qualifications that applicants can obtain in the UK in educational institutions has been presented and the features of professional qualifications that applicants can obtain in marketing training have been identified. Leading professional educational institutions in which marketers are trained have been systematized, including the Royal Institute of Marketing (CIM), the Institute of Commercial Management (ICM), the Association of Business Managers (ABE), the Communications and Marketing Foundation (CAM), the Institute of Direct and Digital Marketing (IDM), Institute of Advertising Practitioners (IPA), Institute of Advertising Marketing (IPM), Society for Market Research (MRS), Institute of Sales Management and Marketing (ISMM), Certified Institute of Public Relations (CIPR). It has been concluded that educational proposals are mainly aimed at organizing the training of specialists for practical activities, improving the quality of their training, which allows the most flexible career of a marketer and ensure the competitiveness of the specialist in the labor market. The direction of further research is the study of content of training of marketing specialists at universities in the UK.

**Key words:** marketer; professional qualifications; professional organizations; educational proposals; the UK.