

DOI: <https://doi.org/10.15407/np.72.181>
УДК 02+930.25]:[378.016:339.138

Владислав Касьян,

<https://orcid.org/0000-0003-0539-4531>,
кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри інформаційної діяльності та зв'язків з громадськістю,
Київський національний університет культури і мистецтв
(м. Київ, Україна)
вул. Євгена Коновальця, 36, Київ, 01601, Україна
e-mail: kasjanvv@gmail.com

Валерій Кушнар'єв,

<https://orcid.org/0000-0003-3037-1841>,
кандидат культурології, професор,
декан факультету PR, журналістики та інформаційної політики,
Київський національний університет культури і мистецтв
(м. Київ, Україна)
вул. Євгена Коновальця, 36, Київ, 01601, Україна
e-mail: VKusnarov@ukr.net

**ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА МАРКЕТОЛОГІВ
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 029 «ІНФОРМАЦІЙНА,
БІБЛІОТЕЧНА ТА АРХІВНА СПРАВА»
НА ОСНОВІ КОМПЕТЕНТІСНОГО ПІДХОДУ**

Мета статті—розглянути особливості професійної підготовки маркетологів за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» на основі компетентнісного підходу. **Методологічна основа.** Методологія дослідження базується на комплексі загальнонаукових методів аналізу і синтезу, індукції і дедукції, аналітичного, а також узагальнення та абстрагування, що у підсумку дало змогу виявити, узагальнити та представити основні завдання діяльності з підготовки маркетологів у Київському національному університеті культури і мистецтв за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». **Наукова новизна** виконаного дослідження полягає в окресленні завдань діяльності з підготовки маркетолога за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» у Київському національному університеті

культури і мистецтв. Отримані результати формують системні уявлення про сформовану модель фахової підготовки фахівців-маркетологів за освітньою компонентою «Маркетинг» на основі компетентнісного підходу. **Висновки.** Підготовка маркетологів у Київському національному університеті культури і мистецтв за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» є організаційним механізмом підготовки бакалаврів маркетингу за освітньою компонентою «Маркетинг», які на підставі отриманих знань, умінь і навичок у подальшому житті будуть здатні здійснювати ефективну професійну діяльність та проводити якісні трансформації в українській економіці, адже запропонована модель підготовки фахівців-маркетологів ґрунтується на певних компетентностях та вимогах сучасного ринку праці.

Ключові слова: Болонський процес, Київський національний університет культури і мистецтв, маркетолог, освітня компонента «Маркетинг», спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2022–2032 рр., здобувач освіти, студентоцентричність.

Актуальність теми дослідження. Прагнення України стати рівноправним членом європейської спільноти, перехід до інноваційної моделі економіки та утвердження правової держави зумовило й необхідність якісної трансформації національної вищої освіти. Угодою про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони [10], ратифікованою Законом України від 16 вересня 2014 р. [7], закріплено курс на активізацію співробітництва нашої держави з країнами Європейського Союзу у сфері вищої освіти, зокрема: реформування та модернізація системи вищої освіти; сприяння зближенню у сфері вищої освіти у рамках Болонського процесу; покращення якості вищої освіти та підвищення її важливості у суспільстві; поглиблення співробітництва між закладами вищої освіти та розширення їхніх можливостей; активізація мобільності здобувачів освіти, наукових, науково-педагогічних та педагогічних працівників.

Зазначимо, що у сучасному суспільстві знань саме освіта є гарантом формування інтелектуального потенціалу держави, рушійною силою науково-технічного та культурного прогресу, виступає запорукою сталого соціально-економічного розвитку країни через впровадження освітнього процесу нової якості на основі розкриття усього потенціалу особистості. Якісна вища освіта у сучасному світі – це глобальна

цінність, адже виступає важливим складником конкурентного стратегічного розвитку суспільства. Забезпечення якості – фундаментальний принцип Європейської системи вищої освіти. Зазначимо, що поняття «якість вищої освіти» охоплює відповідність результатів освітнього процесу з вимогами ринку праці та прагненнями особистості – здобувача освіти.

Процеси, які відбуваються в інформаційно-бібліотечній сфері та системі національної вищої освіти, зумовлюють формування нових конкурентоспроможних вимог до вироблення професійної компетентності сучасних фахівців галузі та вдосконалення процесів їх професійної підготовки. Зазначимо, що нині пріоритетом освітньої політики України є узгодження змісту та структури професійної освіти з нагальними потребами ринку праці. А реалізація підходів, які зорієнтовані на набуття компетентностей здобувачами вищої освіти – визначає необхідність розробки і постійного вдосконалення навчальних програм та освітніх компонент згідно з затвердженим стандартом вищої освіти загальних і спеціальних (фахових) компетентностей.

Таким чином, існує нагальна потреба у виробленні моделі професійної підготовки маркетологів за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» на основі компетентнісного підходу. Актуальність цього питання зумовлено тими змінами, що відбуваються сьогодні у системі національної вищої освіти, адже взято курс на формування у здобувачів освіти системного підходу до аналізу складних ситуацій в інформаційно-бібліотечній сфері, набуття стратегічного мислення, виховання професійної мобільності, а отже – підготовки фахівця високого гатунку.

Аналіз досліджень і публікацій. Питанням формування професійної компетентності майбутнього фахівця інформаційно-бібліотечної сфери присвячені наукові праці знаних вчених, зокрема Київської та Харківської наукових шкіл: Н. Бачинська, О. Воскобойнікова-Гузева, Т. Гранчак, І. Давидова, Н. Кушнарів, О. Матвієнко, Т. Новальська, А. Соляник, М. Цивін, Г. Шемаєва та інші. Так, А. Соляник дослідила питання модернізації підходів до визначення якості підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» на основі використання Дублінських дискрипторів як модерних підходів щодо набуття певних ступенів вищої освіти [9]. Науковиця обґрунтувала ефективність екстраполяції Дублінських

дискрипторів на результати підготовки здобувачів вищої освіти в Україні задля перенесення акценту з кількісного набуття знань, умінь і навичок на якісне – ефективне їх застосування на робочому місці при вирішенні професійних питань.

Н. Бачинська проаналізувала традиційні та інноваційні освітньо-професійні програми спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», які було запроваджено у закладах вищої освіти України [1]. Зроблено висновок, що підготовку фахівців за цією спеціальністю заклади вищої освіти здійснюють за різними освітньо-професійними програмами. Це засвідчує модернізацію та вдосконалення підготовки фахівців цієї важливої галузі та орієнтацію вищої освіти України на євро-інтеграційні процеси. Н. Бачинська впевнена, що під впливом тотальної цифровізації українського суспільства беззастережно змінюються акценти та пріоритети, це знаходить своє відображення у модернізації усього освітнього процесу, актуалізації інноваційних освітніх програм, які є відзеркаленням затребуваності синтезованого знання.

Дослідження О. Матвієнко та М. Цивіна окреслює сучасні концепції цифрових трансформацій у бібліотечній справі [5]. Науковцями обґрунтовано складники змісту освітньо-професійної програми «Менеджмент вебпроектів, дизайн цифрового контенту» за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», відповідно до сучасних концепцій цифровізації документно-інформаційної, бібліотечної та архівної діяльності у міжнародній та українській практиці.

Теоретико-методологічні засади реалізації освітньої інновації – освітньо-професійної програми «Менеджмент соціально-комунікаційних мереж. Інтернет-маркетинг» за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» в умовах динамічного урізноманітнення професійної інформаційної діяльності та пропозицій нових спеціалізацій у межах вищезначеної спеціальності комплексно висвітлено у публікації Т. Новальської та В. Касьяна [6]. Дослідниками представлено інноваційний підхід щодо розробки теоретико-методологічної платформи підготовки інтернет-маркетолога за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». Дієвим концептом науковцями визначено інформаційний менеджмент як соціально-інформаційні комунікації та управління документно-інформаційними ресурсами.

Загалом, у публікаціях цих науковців сконцентовано увагу на компетентності фахівців, які готуються за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», що стало практичним доказом їхнього потенціалу – знання, уміння, особистісні риси (комунікація) тощо, задля успішної та продуктивної трудової і суспільної діяльності, а також соціальної відповідальності й постійного особистісного розвитку. Зазначимо, що це також повною мірою стосується професійної підготовки маркетологів за освітньою компонентою «Маркетолог» за цією спеціальністю у Київському національному університеті культури і мистецтв (далі КНУКіМ).

Мета статті – розглянути особливості професійної підготовки маркетологів за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» на основі компетентнісного підходу.

Виклад основного матеріалу. У ХХІ ст. країни-учасники Болонського процесу в усьому Європейському просторі вищої освіти відмовилися від моделі забезпечення якості освіти через визначення необхідних ресурсів, натомість запровадили модель забезпечення якості на основі результатів. Зазначимо, що тепер основна увага зосереджується на визначенні чітко вимірюваних критеріях та індикаторах якості. Також запроваджено структуровані системи забезпечення якості освіти, які складаються зі зовнішніх та внутрішніх елементів. До зовнішніх елементів забезпечення якості освіти відносять:

- за чітко визначеними критеріями обраховують відповідність оцінювання зі стандартами якості;
- вимоги до змісту освітнього процесу, що полягає у підготовці стандарту вищої освіти;
- підготовку уніфікованого додатку до диплому європейського зразка;
- запровадження європейської кредитно-трансферної системи;
- запровадження цільових показників ефективності;
- запровадження вимірюваних результатів навчання;
- запровадження рейтингової системи;
- запровадження рамок кваліфікацій;
- впровадження системи фінансування залежно від результатів.

Саме реалізація такої системи демонструє ефективність забезпечення якості освіти. При цьому провідною ланкою системи вищої освіти залишаються заклади вищої освіти, які є відповідальними за створення системи внутрішнього контролю забезпечення якості освіти.

У Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022–2032 роки чітко вказано, що нова система забезпечення якості вищої освіти базується на стандартах та рекомендаціях Європейського простору вищої освіти [8]. В основу акредитації освітніх програм покладено оцінювання їх якісних освітніх характеристик та розбудови у контексті внутрішнього забезпечення якості освіти у кожному закладі вищої освіти України.

Отже, сучасний зміст української вищої освіти визначається новітніми стандартами вищої освіти, які базуються на компетентісному підході до підготовки фахівців вищої кваліфікації. Також, на законодавчому рівні визначено професії, для яких було запроваджено додаткове регулювання, що у підсумку має посилити увагу з боку закладів вищої освіти до якості підготовки фахівців за відповідними спеціальностями.

Варто констатувати, що загалом система вищої освіти України продемонструвала значний адаптивний потенціал у період соціальних потрясінь, що переживають українці останні роки: анексія Автономної республіки Крим та тимчасова окупація частин Донецької та Луганської областей з обласними центрами містами Донецьком і Луганськом Російською Федерацією змусили розташовані там заклади вищої освіти евакуюватися на підконтрольну Україні територію та налагоджувати процес навчання на новому місці, далі відбувся вимушений перехід на дистанційні інноваційні технології навчання у період карантинних обмежень, а потім розпочалося повномасштабне вторгнення російського агресора в Україну і все що з цим пов'язано. Таким чином, обмежені можливості IT-інфраструктури багатьох закладів вищої освіти та відставання наукових, науково-педагогічних та педагогічних працівників щодо цифрових компетентностей не сприяли налагодженню освітнього процесу в умовах дистанційного навчання на достатньому рівні. Подальші активні бойові дії, постійні бомбардування цивільної інфраструктури, зокрема й закладів освіти, регулярні відключення світла також утруднюють налагодження повноцінної підготовки компетентних фахівців.

Сучасні цивілізаційні процеси створюють нові виклики у частині підготовки особистості до подальшого функціонування у суспільстві, загалом характеризуються складністю та масштабністю, багатовекторністю та динамічністю. Процеси глобалізації посилили конкуренцію у системі вищої освіти через запровадження нових

провайдерів освітніх послуг, збільшення можливостей щодо трудової та академічної мобільності, розширення меж транскордонної освіти. Усе це вимагає від закладів вищої освіти спрямовувати всі зусилля на залучення кращих наукових, науково-педагогічних і педагогічних працівників та відбір перспективної молоді, спонукає органи державної влади до перегляду національних стратегій розвитку з метою запобігання відставанню у системі вищої освіти. У надскладних умовах воєнного стану задля збереження і примноження потенціалу системи вищої освіти, її спроможності формувати якісний фаховий ресурс, забезпечувати інноваційні процеси у суспільстві є нагальна необхідність у постійному моніторингу пріоритетів з урахуванням ключових геополітичних і технологічних факторів, спричинених масштабною російсько-українською війною, та стратегічних завдань післявоєнного відновлення країни.

Українська освіта пройшла шлях від традиційної парадигми до особистісно-орієнтованої – студентоцентричної, що у підсумку виявляється у визнанні феномену індивідуального у суспільному розвитку та переорієнтація тих, хто навчається – здобувачів освіти, з пасивних суб'єктів освітнього процесу на активних. Наголосимо, що нині відбувається формування та впровадження випереджальної моделі вищої освіти, що має на меті забезпечити відповідність структури та змісту навчальних програм перспективам української економіки, ринку праці та індивідуальним потребам особистості.

Останнє десятиліття необхідність використання маркетингу як сучасної філософії, яка пронизує всі види діяльності суспільства, перетворило сприйняття маркетингу з концепції менеджменту на цілісний маркетинг. Ми погоджуємося з визначенням, яке запропонували дослідники Л. Іваненко і О. Боєнко, що «маркетинг визначається як концепція підприємницької діяльності в конкурентному середовищі, що спирається на задоволення потреб клієнтів» [3, с. 494].

Зважаючи на інформаційну роль та освітній фактор, маркетинг нині виконує функцію інтегратора, тому підвищення його ролі в інформаційній сфері ґрунтується на кількох економічних та управлінських інструментах. Робоча програма освітньої компоненти «Маркетинг» у Київському національному університеті культури і мистецтв за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», включає такі завдання:

- опанування концепції підприємницької маркетингової діяльності;
- аналіз методів, які застосовуються щодо товарної, збутової, цінової і комунікаційної політик;
- опанування політики збуту і визначення його раціональних методів;
- опанування комплексом методів щодо просування товарів та ефективних форм заохочення збуту товарів та послуг;
- розбір важливості виставкової роботи та організації ярмарок у маркетинговій діяльності підприємств;
- розгляд сучасних тенденцій маркетингової діяльності та визначення їхньої провідної ролі у функціонуванні підприємств.

Отже, метою викладання цієї освітньої компоненти, на нашу думку, є кілька аспектів, які полягають, перш за все, у принципах, завданнях і функціях самого маркетингу як невід’ємної сфери функціонування сучасного підприємства; способів реалізації його політик – товарної, цінової, комунікації та розподілення; відпрацювання практичних навичок здобувачами освіти при вирішенні конкретних маркетингових завдань та виховування у них умінь творчого пошуку шляхів розв’язання проблеми і знаходження резервів щодо загального удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

У результаті засвоєння здобувачами освіти у КНУКіМ освітньої компоненти «Маркетинг» за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» на основі компетентнісного підходу повинен:

- знати загальні принципи, стратегії та цілі маркетингової діяльності;
- мати уявлення про різні напрями у маркетингу;
- розуміти систему інструментарію маркетингу;
- розуміти механізм проведення маркетингових досліджень;
- мати уявлення щодо стратегічних і тактичних заходів, які застосовуються у маркетинговій товарній та ціновій політиці;
- володіти методами маркетингового ціноутворення;
- досконало знати весь комплекс маркетингових комунікацій;
- мати уявлення щодо маркетингової політики розподілу, знати концепцію та політику менеджменту каналами розподілу;
- розуміти систему менеджменту маркетинговою діяльністю на підприємстві.

Також після закінчення освітньої компоненти «Маркетинг» здобувач освіти має вміти:

- використовувати на практиці одержані теоретичні знання;
- планувати, організовувати та проводити маркетингові дослідження на науковій основі;
- володіти усіма прийомами менеджменту щодо маркетингової діяльності різних підприємств.

Таким чином, зміст відображає компоненти освітньої програми: теоретичні, практичні та науково-дослідні складники. Теоретичні компоненти розділено на два блоки і включають: суть маркетингу та його сучасна концепція; система і характеристика сучасного маркетингу; маркетингові дослідження; маркетингова товарна політика; комплекс маркетингу; планування нових товарів; маркетингова цінова політика; методи маркетингового ціноутворення; комплекс маркетингових комунікацій; управління каналами розподілу. Практичні компоненти представлені виконанням практичних завдань. Науково-дослідні компоненти охоплюють роботу здобувачів освіти по підготовці завдань із самостійної роботи, а також участь у наукових конференціях, конкурсах наукових робіт здобувачів освіти, наукових проєктах тощо. Отже, стандарти вищої освіти і вимоги ринку праці визначають зміст освітньої програми та загальну організацію освітнього процесу у КНУКіМ.

Висновки. Підготовка маркетологів у Київському національному університеті культури і мистецтв за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» є організаційним механізмом підготовки бакалаврів маркетингу за освітньою компонентою «Маркетинг», які на підставі отриманих знань, умінь і навичок у подальшому житті будуть здатні здійснювати ефективну професійну діяльність та проводити якісні трансформації в українській економіці, адже запропонована модель підготовки фахівців-маркетологів ґрунтується на певних компетентностях та вимогах сучасного ринку праці.

Список бібліографічних покликань

1. Бачинська Н. А. Запровадження освітньо-професійних програм спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»: традиції та інновації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2022. № 4. С. 95–101. DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.4.2022.269816>
2. Гуменчук А. Система цифрових компетентностей Бібліотекаря 4.0. *Вісник Книжкової палати*. 2020. № 2. С. 23–28. DOI: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.2\(283\).23-28](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.2(283).23-28)

3. Іваненко Л. М., Боєнко О. Ю. Розробка моделі професійної підготовки фахівців-маркетологів на основі компетентнісного підходу. *БізнесІнформ*. 2020. № 5. С. 492–502. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-492-502>

4. Касьян В. В. Менеджмент веб-контенту як сучасний поліфункціональний напрям інформаційно-комунікаційної діяльності. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2021. № 1. С. 57–63. DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.1.2021.229857>

5. Матвієнко О., Цивін М. «Цифрові трансформації» спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2021. № 4(2). С. 146–158. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-796X.4.2.2021.247473>

6. Новальська Т., Касьян В. Теоретико-методологічні засади підготовки інтернет-маркетолога за спеціальністю 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2021. № 7. С. 71–82. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.7.2021.233297>

7. Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони : Закон України від 16.09.2014 р. № 1678-VII. *База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1678-18#Text>

8. Про схвалення Стратегії розвитку вищої освіти в Україні на 2022–2023 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.02.2022 р. № 286-р. *База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286-2022-%D1%80#Text>

9. Соляник А. Інноваційні критерії результативності ступеневої підготовки фахівців зі спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа». *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2018. № 1. С. 64–75. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.1.2018.146291>

10. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони : Документ від 27.06.2014 р. № 984-011. *База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011

References

1. Bachynska, N. (2022). Zaprovadzhennia osvitho-profesiinykh prohran spetsialnosti 029 "Informatsiina, bibliotechna ta arkhivna sprava": tradytsii ta innovatsii [Implementation of Educational and Professional Programs of Specialty 029 "Information, Library and Archives": Traditions and Innovations]. *Library Science. Record Studies. Informology*, 4, 95–101. DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.4.2022.269816> [In Ukrainian].

2. Humenchuk, A. (2020). Systema tsyfrovyykh kompetentnostei Bibliotekaria 4.0 [Librarian's digital competence system 4.0]. *Visnyk Knyzhkovoi palaty*, 2, 23-28. DOI: [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.2\(283\).23-28](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2020.2(283).23-28) [In Ukrainian].

3. Ivanenko, L. M., & Boienko, O. Yu. (2020). Rozrobka modeli profesiinoi pidhotovky fakhivtsiv-marketolohiv na osnovi kompetentnisnoho pidkhodu [Development of a professional training model for marketers based on a competency-based approach]. *BiznesInform*, 5, 492-502. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-492-502> [In Ukrainian].

4. Kasian, V. (2021). Menedzhment veb-kontentu yak suchasnyi polifunktsionalnyi napriam informatsiino-komunikatsiinoi diialnosti [Web content management as modern polyfunctional direction of information and communication activity]. *Library Science. Record Studies. Informology*, 1, 57-63. DOI: <https://doi.org/10.32461/2409-9805.1.2021.229857> [In Ukrainian].

5. Matviienko, O., & Tsyvin, M. (2021). "Tsyfrovi transformatsii" spetsialnosti 029 "Informatsiina, bibliotekna ta arkhivna sprava" ["Digital transformations" of specialty 029 "Information, library and archival affairs"]. *Digital Platform: Information Technologies in Sociocultural Sphere*, 4(2), 146-158. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-796X.4.2.2021.247473/> [In Ukrainian].

6. Novalska, T., & Kasian, V. (2021). Teoretyko-metodolohichni zasady pidhotovky internet-marketoloha za spetsialnistiu 029 "Informatsiina, bibliotekna ta arkhivna sprava" [Theoretical and methodological principles of training an Internet marketer in specialty 029 "Information, library and archival affairs"]. *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 7, 71-82. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.7.2021.233297> [In Ukrainian].

7. Verkhovna Rada Ukrainy. (2014). Zakon Ukrainy. Pro ratyfikatsiiu Uhody pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu, z odniiei storony, ta Yevropeiskym Soiuzom, Yevropeiskym spivtovarystvom z atomnoi enerhii i yikhnyim derzhavamy-chlenamy, z inshoi storony [On the ratification of the Association Agreement between Ukraine, on the one hand, and the European Union, the European Atomic Energy Community and their member states, on the other hand: Law of Ukraine dated September 16, 2014 No. 1678-VII]. Databasa "Zakonodavstvo Ukrainy". Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1678-18#Text> [In Ukrainian].

8. (2022). Kabinet Ministriv Ukrainy. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku vyshchoi osvity v Ukraini na 2022–2023 roky [On the approval of the Strategy for the Development of Higher Education in Ukraine for 2022-2023: Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated February 23, 2022 No. 286]. Databasa "Zakonodavstvo Ukrainy". Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286-2022-%D1%80#Text> [In Ukrainian].

9. Solyanik, A. (2018). Innovatsiini kryterii rezul'tatynosti stupenevoi pidhotovky fakhivtsiv zi spetsialnosti 029 "Informatsiina, bibliotekna ta arkhivna sprava" [Innovative criteria for the effectiveness of degree training of specialists

in specialty 029 «Information, library and archival work»). *Ukrainian Journal on Library and Information Science*, 1, 64-75. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7654.1.2018.146291> [In Ukrainian].

10. Verkhovna Rada Ukrainy. (2014). Uhoda pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu, z odniiiei storony, ta Yevropeiskym Soiuzom, Yevropeiskym spivtovarystvom z atomnoi enerhii i yikhnimy derzhavamy-chlenamy, z inshoi storony [Association Agreement between Ukraine, on the one hand, and the European Union, the European Atomic Energy Community and their member states, on the other hand: Document dated 06/27/2014 No. 984-011]. Databasa "Zakonodavstvo Ukrainy". Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011 [In Ukrainian].

Vladyslav Kasjan,

<https://orcid.org/0000-0003-0539-4531>

Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Associate Professor,
Department of Information Activities and Public Relations,
Kyiv National University of Culture and Arts (Kyiv, Ukraine)
36, Street Yevhena Konovaltsia, Kyiv, 01601, Ukraine
e-mail: kasjanvv@gmail.com

Valerii Kushnarov,

<https://orcid.org/0000-0003-3037-1841>,

Candidate of in Cultural Studies, Professor,
Dean of the Faculty of PR, Journalism and Information Policy,
Kyiv National University of Culture and Arts (Kyiv, Ukraine)
36, Street Yevhena Konovaltsia, Kyiv, 01601, Ukraine
e-mail: VKusnarov@ukr.net

**PROFESSIONAL TRAINING OF MARKETERS
IN SPECIALTY 029 "INFORMATION, LIBRARY
AND ARCHIVAL WORK" BASED ON THE COMPETENCE APPROACH**

The purpose of the article is to consider the peculiarities of the professional training of marketers in specialty 029 "Information, library and archival work" based on the competency approach. **Methodological basis.** The research methodology is based on a complex of general scientific methods of analysis and synthesis, induction and deduction, review and analysis, as well as generalization and abstraction, which made it possible to identify and generalize the main features, activity tasks and concepts. **The scientific novelty** of the performed research consists in outlining the tasks of training a marketer in specialty 029 "Information, library and archival work" at the Kyiv National University of Culture and Arts. The obtained results form a system idea about the model of professional training of marketers based

on the competence approach. **Conclusions.** The training of marketers at the Kyiv National University of Culture and Arts in the specialty 029 "Information, library and archival business" is an organizational mechanism for the training of marketing bachelors who, based on the acquired knowledge, skills and abilities, will be able to carry out effective professional activities and carry out qualitative transformations in later life economy of Ukraine, because the proposed model of training marketers is based on certain competencies and requirements of the modern labor market.

Keywords: Bologna process, Kyiv National University of Culture and Arts, marketer, educational component "Marketing", specialty 029 "Information, library and archival affairs", Strategy for the development of higher education in Ukraine for 2022-2032, education seeker, student-centeredness.

Стаття надійшла до редакції 03.09.2024 р.