

DOI: <https://doi.org/10.28925/2312-5829.2022.14>

УДК 37.013.21

НАТАЛІЯ ВОЛКОВА

ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля»,
вул. Січеславська Набережна, 18, м. Дніпро, Україна
nrvolkova@yahoo.com, ORCID iD 0000-0003-1258-7251

ОЛЬГА ЛЕБІДЬ

ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля»,
вул. Січеславська Набережна, 18, м. Дніпро, Україна
swan_ov@ukr.net, ORCID iD 0000-0001-6861-105X

ЛІДЕРСЬКА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ

Стаття присвячена дослідженню проблеми лідерської компетентності як детермінанти професійного розвитку майбутніх маркетологів. Встановлено, що дефініція «лідерство» допускає різноманітні інтерпретації, це пояснюється різними поглядами на природу особистості, механізми та умови її розвитку і становлення в різних наукових школах. Проаналізовано погляди вітчизняних та зарубіжних вчених на сутність поняття «лідерська компетентність». Визначено і розкрито зміст лідерської компетентності майбутніх маркетологів. Зазначено, що лідерська компетентність є надпрофесійною компетентністю майбутнього маркетолога, яка є запорукою ефективного виконання маркетологом його професійних функцій. З'ясовано базові компетентності якими повинен володіти сучасний маркетолог-лідер. У дослідженні враховано, що існує певна суперечність між потребами ринку праці у висококваліфікованих маркетологах-лідерах і недостатнім рівнем їх підготовки у системі вищої освіти. Результати теоретичного аналізу дозволили висунути деякі ідеї щодо шляхів формування лідерської компетентності як складової професійного розвитку майбутніх маркетологів.

Ключові слова: лідерство; професійний розвиток; майбутні маркетологи; професійна підготовка; лідерська компетентність.

© Волкова Н.П., Лебідь О.В., 2022

Вступ. Стрімкі перетворення у сучасному суспільстві, необхідність працювати у нестабільних умовах зумовлюють необхідність змін у підготовці здобувачів вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг, завдання якої на

сьогодні досить ускладнились у відповідь на сучасні вимоги до майбутніх маркетологів. Конкурентоспроможні фахівці-маркетологи повинні не лише мати знання у межах своєї кваліфікації, але й швидко й ефективно, навіть краще за інших, виконувати професійні задачі та спонукати до цього колег, направляти їх до досягнення спільної мети; бути далекоглядним та послідовним; самостійно приймати адекватні рішення, брати на себе відповідальність за них та за їх результати; активно взаємодіяти з оточуючими, а саме заводити, підтримувати та виводити на взаємовигідний рівень контакти з людьми, працювати в команді, делегувати обов'язки; бути творчим, мислити критично та реагувати на зміни; справляти гарне враження, тим самим покращувати імідж компанії; самостійно здобувати знання тощо. Набуття цих компетенції забезпечує лідерська компетентність, яка сьогодні вважається життєво важливою компетентністю. Це підтверджують низка програмних документів Європейського союзу: Рекомендації щодо ключових компетенцій для навчання протягом життя (2018), Стратегія «Європа – 2020» (2020), Доповідь Європейської Комісії щодо Нових способів навчання та викладання у вищій школі (2014), Болонські домовленості як правове й організаційне підґрунтя інноваційного розвитку освіти (2003). Набуття життєво важливих компетентностей може дати людині можливість орієнтуватись у сучасному суспільстві, інформаційному просторі, швидкоплинному розвитку ринку праці, подальшому здобутті освіти (Бойко О., 2012).

Мета статті. Охарактеризувати зміст лідерської компетентності як детермінанти професійного розвитку майбутніх маркетологів.

Теорії лідерства. Аналіз теорій лідерства (Д. Деру, Н. Веллман, Р. Мюллер, Дж. Нахрганг, Л. Новохацька, Х. Рамадані, Р. Тернер, Л. Філатова, С. Хамфрі, Ф. Чітаку, А. Чорний, Н. Якушко та ін.) дозволив нам зробити висновок, що значна частина отриманих науковцями теоретичних положень не може створити цілісну основу для розуміння сутності поняття «лідерство». Ефективний тип лідерства визначається конкретною ситуацією, обставинами та завданнями. Усі теорії лідерства варто розглядати у сукупності. Кордони

між ними є досить умовними. Теорії лідерства взаємодоповнюють та впливають одна на одну, розкриваючи кожна свій аспект цієї проблематики (Якушко Н., 2016, с. 134). Кожна теорія лідерства теоретично й емпірично обґрунтовує деякі характеристики лідера, які виявляються в ефективній професійній діяльності. Цей аспект достатньо ґрунтовно розкрито в наукових дослідженнях О. Афанасьєвої, З. Возгової, М. Федотової, М. Смірної (2019), які обґрунтовують особливості ефективного лідерства з позицій різноманітних теорій: теорія особистісних якостей (вроджені якості, які сприяють формуванню особистості лідера), поведінкові теорії (стиль лідерства, який розуміється як набір характерних прийомів і методів впливу на людей), ситуаційні теорії (лідери як результат збігу суб'єкта, місця, часу та обставин), ситуативно-особистісні теорії (лідерство визначається такими факторами: особистісні якості, мотиви, імідж, рольові характеристики), теорія мотивації (відчуття задоволення під час вирішення проблеми), підхід «шлях-ціль» (ефективний лідер надихає, мотивує та переконує оточуючих досягти поставлених цілей).

Хоча лідерство є усталеним терміном, існують різні його інтерпретації, які потребують уточнення. Деякі дослідники тлумачать лідерство як здатність впливати на індивідуумів і групу людей з метою примусити їх працювати разом задля досягнення встановлених цілей (Романовський О., Серєда Н., 2013). Л. Шевченко (2013), наприклад, стверджував, що лідерством називають соціально необхідний процес групової організації і самоорганізації, самоврядування, реалізований у груповій діяльності; процес, який спонтанно виникає на базі міжособистісних відносин між учасниками малої групи і спрямований на досягнення загальної мети. Лідерство, на думку Р. Андрюкайтінє, В. Воронкової, О. Ковлюк, М. Максименюк, А. Сакун (2017), процес, у якому лідер впливає на інших таким чином, щоб вони могли рухатися у відповідному напрямку та досягати загальних цілей організації, але щоб стати лідером, потрібен саморозвиток, навчання і досвід, іншими словами, це необхідність набути відповідних компетенцій. Тому, необхідно

підкреслити, що дефініція «лідерство» допускає різноманітні інтерпретації, що значною мірою пояснюються різними поглядами на природу особистості, механізми та умови її розвитку і становлення в різних наукових школах.

Лідерська компетентність. Звернемось до аналізу змісту робіт, в яких лідерство розглядається з позиції компетентного підходу. Лідерську компетентність науковці трактують як результат підготовки випускника для виконання певної професійної діяльності; володінням комплексом характеристик (Бойко О., 2012); процес досягнення результатів шляхом певної діяльності (Бланшар К., 2008); сукупність сформованих лідерських якостей (мотивів, знань, лідерських умінь і стійкої лідерської позиції (Мараховська Н., 2009); прояв загальної та професійної культури, зміст професіоналізму, інтегральну характеристику здатності кваліфіковано провадити лідерську діяльність, здатність до самоконтролю, наполегливості, самомотивування на діяльність, до чіткого формулювання бажаних результатів тощо (Гладкова В., 2017); прагнення і здатність соціального впливу в професійному середовищі (Жигірь В., 2015); розуміння власного стилю управління, здатність взаємодіяти з носіями інших стилів при прийнятті рішень, їх впровадженні, формування команд, управління персоналом та управління змінами (Лугова В., 2012); процес впливу особистості чи соціального утворення на власну діяльність або діяльність інших на основі особистих якостей (лідерських компетенцій) (Міляєва В., 2014); любов до своєї справи, заряджання наснагою людей та здатність викликати в них ентузіазм, створювання надихаючих ідей та формування середовища, яке надає можливість і необхідну свободу для досягнення вражаючих результатів (Дафт Р., 2006) тощо.

У дослідженнях М. Макгрегора (2013) лідерська компетентність розглядаються як набір загальних особистісних характеристик, які властиві лідерам і сприяють винятковим досягненням. До таких характеристик автор відносить розуміння лідером своєї ролі, вивчення інструментів впливу та влади, здатність брати на себе відповідальність і приймати рішення, бути

прикладом для наслідування тощо. З погляду Я. Брікмана (2007), здатність співвідносити індивідуальні цілі з груповими є основним показником сформованості лідерської компетентності.

Аналіз вищезазначених наукових праць доводить, що лідерська компетентність є так званою «м'якою», надпрофесійною навичкою, яка допомагає вирішувати будь-які життєві завдання і працювати з іншими людьми, на відміну від «жорстких навичок», які відносяться до вузьких професійних навичок, потрібних для вирішення конкретних професійних задач. Підтвердженням цього є результати дослідження, проведеного науковцями Гарвардського університету. Так, вчені стверджують, що 80% досягнень у кар'єрі визначаються м'якими навичками та лише 20% – жорсткими навичками. Експерти вважають, що тренінги з формування м'яких навичок необхідно впроваджувати на етапі навчання майбутніх фахівців у закладах вищої освіти (Якименко І.Л., Салавор О.М., Шаповалов Є.Б., 2019).

Лідерська компетентність майбутніх маркетологів. З метою розкриття особливостей лідерської компетентності майбутніх маркетологів варто звернути увагу на профіль таких спеціалістів, що відображають ознаки, які очікують роботодавці від потенційних робітників. У результаті аналізу інформації, що міститься на web-сайтах пошуку роботи (hh.ua, work.ua, rabota.ua, jobs.ua), Л. Іваненко і О. Боєнко (2020). Зробили висновок, що профіль маркетологів містить чотири категорії, що стосуються знань та навичок і є цікавими для ринку праці: Професійні знання (складаються з усіх знань, безпосередньо пов'язаних зі сферою маркетингу); знання інформаційних технологій (охоплення всіх вимог, безпосередньо пов'язаних зі сферою інформаційних та комунікаційних технологій); знання іноземної мови; міжособистісні навички (містять усі соціальні/поведінкові характеристики та компетенції, що пов'язані з особистісним розвитком кожної людини та здатністю спілкуватися з різними людьми в різних ситуаціях).

Лідерська компетентність маркетолога, за визначенням О. Казакевич (2020), варто розглядати як комплексний складник професійної

компетентності маркетолога, який складається з трьох основних компонентів: розумовий (вміння, навички, ставлення), діяльнісний (дії, вчинки, поведінка) та мотиваційно-емоційний (мотиви, потреби, емоції, цінності, ставлення) та є здатністю кваліфіковано здійснювати лідерську діяльність у галузі маркетингу. Зазначимо, що лідерська компетентність є надпрофесійною компетентністю майбутнього маркетолога, вона є запорукою ефективного виконання маркетологом його професійних функцій.

Сучасні підходи до формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів в умовах закладу вищої освіти. Як було визначено вище, лідерська компетентність є інноваційною проблемою підготовки майбутніх фахівців у закладі вищої освіти, зокрема маркетологів. Формування лідерської компетентності як освітньої інновації, на думку Дж. Бернса (2012), дозволяє: досягати суспільно-освітніх цілей; підвищити ефективність і якості підготовки майбутніх фахівців; розвивати практичні та прогностичні лідерські навички; сприяти особистому та професійному успіху.

На важливості формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів вказують професійні стандарти вищої освіти України для рівнів вищої освіти «бакалавр» та «магістр» спеціальності 075 Маркетинг, де визначені наступні загальні компетентності: здатність приймати обґрунтовані рішення (ЗК1), здатність генерувати нові ідеї (креативність) (ЗК2), здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт (ЗК3), здатність до адаптації та дії в новій ситуації (ЗК4), здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (ЗК6), здатність виявляти ініціативу та підприємливість (ЗК7), здатність розробляти проекти та управляти ними (ЗК8) (Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, 2018; Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, 2019).

У процесі досліджень формування лідерських компетентностей у студентів ЗВО слід звернути увагу на інтерактивні методи навчання

(інтерактивна взаємодія викладача та студента завдяки діалогу, використання інформаційно-комунікаційних технологій), завдяки чому студенти матимуть можливість обговорення та дискусії, також в соціальних мережах, які є сучасним ресурсом для підтримки групової взаємодії та інтерактивного спілкування викладачів і студентів в Інтернеті з навчальною метою. В умовах пандемії особливо актуальним є дистанційне та змішане навчання, що використовують можливості навчання онлайн (Душек Р., 2021). З розвитком інформаційних технологій методи навчання мають змінюватися кожного року, переглядатися кожного місяця, оскільки світ постійно рухається вперед та розвивається і вимоги до якості освіти постійно підвищуються.

Дослідники підкреслюють той факт, що лідерські якості будуть розвиватися у студентів швидше, якщо педагогом будуть створені такі умови навчального процесу, які сприятимуть взаємодії, заснованій на групових формах організації навчального процесу, інтерактивних і проблемних методах навчання, зокрема застосування глобальних мереж, творчих проєктів, case study, web-квестів і та ін.

У процесі освітньої діяльності важливим є створення ситуації успіху у навчанні, тобто мотивації необхідності досягнення успіху та подолання труднощів, організація діяльності студентів на цілеспрямоване подолання труднощів; співпраця викладача і студента у створеному відповідному емоційному та етичному просторі; оцінка й аналіз сформованих якостей, обов'язкове позитивне підкріплення хоча б найменших досягнень (Бондаренко В., Яценко О., 2015).

Вища школа намагається відповідати вимогам, які ставить перед нами світ (глобалізація, нерівномірний економічний розвиток, нові види навчання, наприклад, дистанційне). Метою вищої школи є створення такої моделі фахівця, його поведінки, які будуть відповідати всім вищезазначеним вимогам. Саме тому сьогодні є актуальною потреба у формуванні у студентів навичок самокерованості в навчальному процесі, запровадження компетентнісного, суб'єктно-діяльнісного навчання, оскільки реформування

освіти в Україні зумовлює підвищення вимог до організаційних умінь, до здатності самостійно визначити пріоритети та їх реалізовувати (Кокарева А., 2016, с. 6). Поділяємо наукову позицію Г. Селевко (2006), який трактує компетентнісний підхід як поступову переорієнтацію домінуючої освітньої парадигми з переважаючою трансляцією знань і формування навичок до створення умов для оволодіння комплексом компетенцій. Важливий результат, а не дія. Дослідник вважає, що сутність компетентнісного підходу до формування лідерської компетентності здобувачів з позиції сучасної дидактики полягає у цілеспрямованій організації освітнього процесу в університеті, покликаною забезпечити розвиток лідерських якостей науково-педагогічних працівників і студентів, ефективне вирішення актуальних і потенційних професійних завдань майбутнім фахівцем (Романовський О., Резнік С., Гура Т., Панфілов Ю., Головешко Б., Бондаренко В., 2017).

У сучасній педагогіці інтенсивно розробляються новітні технології, спрямовані на підвищення ефективності процесу навчання. Ця проблема є особливо актуальною для розвитку лідерства майбутнього фахівця. Дослідники визначають основним недоліком сучасної освіти втрату інтересу здобувачів до навчання у вишу. У зв'язку з цим перш за все в освітньому процесі приділяють увагу вузько спеціалізованим знанням та не залишається часу для отримання фундаментальних знань. Але фундаментальні знання це не стало явище, а їх оновлення потребує нового підходу до структурування і освоєння цих знань.

До цього, особливість сучасного студента полягає в тому, що він постійно перебуває в центрі групової активності колег, адміністрації, навчального закладу. Одночасно чи по чергово він виконує роль керівника, організатора, слухача, генератора ідей, дослідника, доповідача та ін. (Данилевич Н., Кохан М., Сновидович І., 2019). Так само і в маркетинговій діяльності, маркетолог має виконувати різноманітні функції: реалізація завдань: збір різноманітної інформації; здійснення різного роду комунікації; генерування продуктивних ідей; мотивування та організація роботи

колективу; розроблення і реалізація стратегії і тактики діяльності компанії; проведення рекламних акцій і презентацій нової продукції; відповідальність за результати своєї роботи; аналіз та оцінка результатів; роз'яснюванні колективу основних цілей та завдань; підготовка проєктів з просування й реалізації продукції, тощо. Всі ці навчальні та професійні функції можуть бути якісно виконані за умови сформованості у майбутнього маркетолога лідерських якостей.

Висновки. Таким чином в умовах реформування освіти України особливого значення набуває проблема формування лідерської компетентності здобувачів як одного з важливих аспектів професійного розвитку майбутніх маркетологів. Компетентностями, які мають бути закладені у нові освітні програми, мають стати: вміння пристосовуватися до швидких змін та викликів, уміння критично мислити та опрацьовувати інформацію, швидко приймати правильні рішення та згладжувати конфлікти, ефективна комунікація, командна робота спрямована на успішний результат. Таким чином, фахівці-маркетологи в умовах невизначеності мають ставати більш самостійними, самодисциплінованими, управляти командами, групами та проєктами, отже мати розвинені лідерські навички.

Потребує подальшого ґрунтовного дослідження та розробки система методів пошуку і фахової підготовки перспективних, з точки зору наявності лідерських здібностей, маркетологів з наступним удосконаленням і подальшим розвитком виявлених лідерських якостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Бланшар К. Лідерство: к вершинам успеха. СПб. : Питер, 2008. 368 с.
- Бойко О. Методологічні основи дослідження лідерської компетентності майбутніх офіцерів у ВНЗ. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2012, № 3, С. 17–21

- Бондаренко В.В., Яценко О.М. Педагогічні умови формування лідерських якостей майбутніх менеджерів. *Вісник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності*. 2015. № 11. С. 7–12.
- Гладкова В.М. Акмеологічна компетентність менеджера-лідера освітнього закладу. *International Scientific Journal of Universities and Leadership*. 2017. URL: <http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/24033/> (дата звернення 11.02.2022)
- Дафт Р. Уроки лидерства: учеб. пособ. М., 2006. 480 с.
- Жигірь В. Сутність та зміст лідерської компетентності майбутнього менеджера освіти. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету*. 2015. № 130. С. 34–37.
- Іваненко Л.М., Боєнко О.Ю. Розробка моделі професійної підготовки фахівців маркетингологів на основі компетентнісного підходу. *Бізнесінформ*. 2020. № 5. С. 495–502.
- Казакевич О.І. Лідерська компетентність майбутніх маркетингологів як сучасний міждисциплінарний феномен. *Інноваційна педагогіка*. 2020. Вип. 21. Т. 2. С. 90–94.
- Кокарєва А. Формування лідерських якостей у процесі підготовки фахівців у технічних університетах. *Університети і лідерство*. 2016. № 3. С. 1–13
- Лугова В.М. Напрями розвитку лідерської компетентності керівників українських підприємств. *Проблеми економіки*. 2012. № 1. С. 64–67.
- Мараховська Н.В. Педагогічні умови формування лідерських якостей майбутніх вчителів у процесі навчання дисциплін гуманітарного циклу: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Харків: Харківський національний педагогічний інститут ім. Г. Сковороди, 2009. 20 с.
- Міляєва В.Р. Розвиток лідерського потенціалу в процесі формування управлінської компетентності керівників навчальних закладів. *Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України*. 2014. Вип. 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps_2014_1_10 (дата звернення 11.02.2022)

- Основні засади розвитку вищої освіти України в контексті Болонського процесу : документи і матеріали 2003–2004 р.р. / за ред. В. Кременя. ТДПУ ім. В. Гнатюка, 2003. 151 с.
- Романовський О.Г., Резнік С.М., Гура Т.В., Панфілов Ю.І., Головешко Б.Р., Бондаренко В.В. Лідерські якості в професійній діяльності : навч. посіб. Харків. 2017.
- Романовський О.Г., Серета Н.В. Особистість сучасного керівника в аспекті теорії духовного лідерства. *Теорія і практика управління соціальними системами*. Харків: В-во Харківського політехнічного інституту. 2013. № 3.
- Селевко Г.К. Энциклопедия общеобразовательных технологий: в 2 т. М. : НИИ школьных технологий. Т. 1. 2006. 816 с.
- Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістрського) рівня вищої освіти. 2019. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf> (дата звернення 13.02.2022)
- Стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, 2018. URL: http://mdt-opu.com.ua/files/download/2018/mdt-2.4.2018_4-18.pdf (дата звернення 13.02.2022).
- Шевченко Л.Ю. Сучасні підходи до наукового вивчення лідерства. *Психологія*. 2013. № 9. URL: <http://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v6/i9/56.pdf> (дата звернення 13.02.2022).
- Якименко І.Л., Салавор О.М., Шаповалов Є.Б. Стратегії сталого розвитку «Європа 2020: виклики для України. *Екологічні науки*. 2019. № 2. С. 87–91.
- Якушко Н.О. Теорії лідерства: генеза та сучасна інтерпретація. *Право та державне управління*. 2016. № 4. С. 130–135.

Afanasjeva, O., Vozgova, Z., Fedotova, M., Smirnova, M. Leadership competence of the teacher as a factor in the development of professional skills. *Revista Espaciosa*. 2019. Vol. 40. No. 39. P. 15.

Andriukaitiene R., Voronkova V., Kyvliuk O., Maksimenyuk M., Sakun A. Theoretical insights into expression of leadership competencies in the process of management. *Problems and Perspectives in Management*, 2017. Vol. 15. Issue 1. pp. 220–226.

Brinckman J. Competence of Top Management Teams and Success of New Technology-Based Firms. Berlin, 2007. 330 p.

Burns J.M. Leadership. Moscow: Foreign literature. 2012. 270 p.

Council recommendation of 22 May 2018 on key competences for lifelong learning. URL: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&rid=7](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&rid=7) (дата звернення 11.02.2022).

European Commission, 2010. Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. COM(2010) 2020 final. URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF> (дата звернення 13.02.2022).

MacGregor M.G. Building Everyday Leadership in All Kids: An Elementary Curriculum to Promote Attitudes and Actions for Respect and Success. Minneapolis, 2013.

Report to the European Commission on New modes of learning and teaching in higher education. Luxembourg: Publications Office of the European Union. 2014. 68 p. URL: http://portal3.ipb.pt/images/icm/1.2_2014_modernisation_en.pdf (дата звернення 13.02.2022).

REFERENCES

Blanshar, K. (2008). *Lidersnvo: k vershinam uspekha [Leadership: to the heights of success]*. Sankt-Peterburg, Russia: Piter (rus).

- Boiko, O. (2012). Metodolohichni osnovy doslidzhennia liderskoi kompetentnosti maibutnikh ofitseriv u VNZ [Methodological bases of research of leadership competence of future officers in higher education]. *Pedagogy and psychology of vocational education*, 3, 17–21 (ukr).
- Bondarenko, V.V., Yatsenko, O.M. (2015). Pedagogichni umovy formuvannia liderskykh yakostei maibutnikh menedzheriv [Pedagogical conditions for the formation of leadership qualities of future managers]. *Bulletin of Lviv State University of Life Safety*, 11, 7–12 (ukr).
- Hladkova, V.M. (2017). Akmeolohichna kompetentnist menedzhera-lidera osvithnoho zakladu [Acmeological competence of the manager-leader of the educational institution]. *International Scientific Journal of Universities and Leadership*. Retrieved from <http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/24033/> (ukr).
- Daft, R. (2006). *Uroky liderstva [Leadership lessons]*. Moskva, Russia (rus).
- Zyhir, V. (2015). Sutnist ta zmist liderskoi kompetentnosti maibutnoho menedzhera osvity [The essence and content of leadership competence of the future education manager]. *Bulletin of Chernihiv National Pedagogical University*, 130, 34–37 (ukr).
- Ivanenko, L.M., Boienko, O.Yu. (2020). Rozrobka modeli profesiinoi pidhotovky fakhivtsiv marketolohiv na osnovi kompetentnisnoho pidkhodu [Development of a model of professional training of marketing specialists based on the competence approach]. *Business inform*, 5, 495–502 (ukr).
- Kazakevych, O.I. (2020). Liderska konpetentnist maibutnikh marketolohiv yak suchasnyi mizhdystsyplynarnyi fenomen [Leadership competence of future marketers as a modern interdisciplinary phenomenon]. *Innovative pedagogy*, 21, 90–94 (ukr).
- Kokarieva, A. (2016). Formuvannia liderskykh yakostei u protsesi pidhotovky fakhivtsiv u tekhnichnykh universytetakh [Formation of leadership qualities in the process of training specialists in technical universities]. *Universities and leadership*, 3, 1–13 (ukr).

- Luhova, V.M. (2012). Napriamy rozvytku liderskoi kompetentnosti kerivnykiv ukrainskykh pidpriemstv [Directions for the development of leadership competence of managers of Ukrainian enterprises]. *Problems of the economy*, 1, 64–67 (ukr).
- Marakhovska, N.V. (2009). *Pedahohichni umovy formuvannia liderskykh yakosti maibutnikh vchyteliv u protsesi navchannia dystsyplin humanitarnoho tsykladu [Pedagogical conditions for the formation of leadership qualities of future teachers in the process of teaching the disciplines of the humanities]*. Extended abstract of candidate's. Kharkiv, Kharkivskiy natsionalnyi pedahohichnyi instytut im. H. Skovorody (ukr).
- Miliaieva, V.R. (2014). Rozvytok liderskoho potentsialu v protsesi formuvannia upravlinskoi kompetentnosti kerivnykiv navchalnykh zakladiv [Development of leadership potential in the process of forming managerial competence of heads of educational institutions]. *Bulletin of the National Academy of the State Border Guard Service of Ukraine*, 1, Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps_2014_1_10 (ukr).
- Kremen, V. (Ed.). (2003). *Osnovni zasady rozvytku vyshchoi osvity Ukrainy v konteksti Bolonskoho protsesu: dokumenty i materialy 2003–2004 rr. [Basic principles of development of higher education in Ukraine in the context of the Bologna process: documents and materials of 2003–2004]* (ukr).
- Romanovskyi, O.H., Reznik, S.M., Hura, T.V., Panfilov, Yu.I., Holoveshko, B.R., Bondarenko, V.V. (2017). *Liderski yakosti v profesiinii diialnosti [Leadership qualities in professional activities]*. Karkiv, Ukraine (ukr).
- Romanovskyi, O.H., Sereda, N.V. (2013). Osobystist suchasnoho kerivnyka v aspekti teorii dukhovnoho liderstva [The personality of the modern leader in the aspect of the theory of spiritual leadership]. *Theory and practice of social systems management*, 3 (ukr).
- Selevko, G.K. (2006). *Yentsiklopediia obshcheobrazovatelnykh tekhnolohii [Encyclopedia of educational technologies]*. Moskva, Russia: NII shkolnykh tekhnolohii (rus).

- Standart vyshchoi osvity za spetsialnistiu 075 “Marketynh” dlia druhoho (mahisterskoho) rivnia vyshchoi osvity (2019). [Standard of higher education in specialty 075 “Marketing” for the second (master’s) level of higher education]. Retrieved from <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf> (ukr).
- Standart vyshchoi osvity za spetsialnistiu 075 “Marketynh” dlia pershoho (bakalavrskoho) rivnia vyshchoi osvity (2018). [Standard of higher education in specialty 075 "Marketing" for the first (bachelor's) level of higher education]. Retrieved from http://mdt-opu.com.ua/files/download/2018/mdt-2.4.2018_4-18.pdf (ukr).
- Shevchenko, L.Yu. (2013). Suchasni pidkhody do naukovoho vyvchennia liderstva [Modern approaches to the scientific study of leadership]. *Psychology*, 9. Retrieved from <http://www.apppsychology.org.ua/data/jrn/v6/i9/56.pdf> (ukr).
- Yakymenko, I.L., Salavor, O.M., Shapovalov, Ye.B. (2019). Stratehiia staloho rosvytku “Yevropa 2020: vyklyky dlia Ukrainy” [Sustainable Development Strategies "Europe 2020: Challenges for Ukraine]. *Environmental sciences*, 2, 87–91 (ukr).
- Yakushko, N.O. (2016). Teorii liderstva: heneza ta suchasna interpretatsiia [Leadership theories: genesis and modern interpretation]. *Law and public administration*, 4, 130–135 (ukr).
- Afanasjeva, O., Vozgova, Z., Fedotova, M., Smirnova, M. (2019). Leadership competence of the teacher as a factor in the development of professional skills. *Revista Espaciosa*, 40 (eng).
- Andriukaitiene R., Voronkova V., Kyvliuk O., Maksimenyuk M., Sakun A. (2017). Theoretical insights into expression of leadership competencies in the process of management. *Problems and Perspectives in Management*, 15, 220–226 (eng).
- Brinckman, J. (2007). Competence of Top Management Teams and Success of New Technology-Based Firms. Berlin (eng).

Burns, J.M. (2012). Leadership. Moscow: Foreign literature (eng).

Council recommendation of 22 May 2018 on key competences for lifelong learning. Retrieved from [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)&rid=7](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)&rid=7) (eng).

European Commission, 2010. Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. COM (2010) 2020 final. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF> (eng).

MacGregor M.G. (2013). Building Everyday Leadership in All Kids: An Elementary Curriculum to Promote Attitudes and Actions for Respect and Success. Minneapolis (eng).

Report to the European Commission on New modes of learning and teaching in higher education (2014). Luxembourg: Publications Office of the European Union. Retrieved from http://portal3.ipb.pt/images/icm/1.2_2014_modernisation_en.pdf (eng).

VOLKOVA NATALIYA, Alfred Nobel University, Sicheslavska Naberezhna, 18, Dnipro, Ukraine, npvolkova@yahoo.com

LEBID OLHA, Alfred Nobel University, Sicheslavska Naberezhna, 18, Dnipro, Ukraine, swan_ov@ukr.net

THE INFLUENCE OF LEADERSHIP ON THE PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF FUTURE MARKETOLOGISTS AND APPROACHES TO ITS IMPLEMENTATION IN HIGHER EDUCATION INSTITUTION

The article is devoted to the study of the problem of leadership competence as determinants of professional development of future marketers. It is established that the definition of «leadership» allows for different interpretations, this is due to different views on the nature of the individual, the mechanisms and conditions of its development and formation in different scientific schools. Each theory of leadership theoretically and empirically substantiates some characteristics of the leader, which are manifested in effective professional activity. The views of domestic and foreign scientists on the essence of the concept of «leadership competence» are analyzed. The content of leadership competence of future marketers is defined and revealed.

It is noted that leadership competence is a supra-professional competence of the future marketer, which is the key to effective performance of his professional functions by a marketer. The basic competencies that a modern marketing leader should have been clarified. The study takes into account that there is a contradiction between the needs of the labor market in highly qualified leading marketers and the lack of their training in higher education. The Standards of Higher Education Training in the specialty 075 Marketing are analyzed and the general competencies that ensure the formation of leadership competence of future marketers are identified. In order to develop leadership competence, marketers in conditions of uncertainty must become more independent, self-disciplined, manage teams, groups and projects, and therefore have developed leadership skills. Prospects for further research are the development of a system of methods for finding and professional training of effective marketers, followed by improvement and further development of identified leadership qualities.

Keywords: *leadership; professional development; future marketers; professional training; leadership competence*

Стаття надійшла до редакції: 4.02.2022.

Стаття прийнята до друку 04.04.2022