

Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2023. № 3 (39). С. 62—80.

Economic and Social Research. 2023. No. 3 (39). P. 62—80

Научная статья

УДК 331.522

doi: 10.24151/2409-1073-2023-3-62-80

<https://elibrary.ru/hjahlh>

## Разработка компетентностного профиля маркетологов, востребованного работодателем

О. М. Игрунова<sup>1</sup>, А. Ю. Сучкова<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup> *Национальный исследовательский университет «МИЭТ», Москва, Россия*

<sup>1</sup> *igrunova@list.ru*

<sup>2</sup> *alina.suchkova.20@inbox.ru*

**Аннотация.** Авторы разработали компетентностный профиль для вакансий маркетологов, востребованный работодателем на рынке труда. Материал для анализа требований работодателей составили вакансии маркетологов, размещенные на сайте по поиску работы и сотрудников HeadHunter. Рассмотрено 250 вакансий работодателей на должности ассистента маркетолога, маркетолога и директора по маркетингу. Результаты исследования показывают, какие требования работодатели предъявляют к образованию, квалификации и опыту работы соискателей.

**Ключевые слова:** ассистент маркетолога, маркетолог, директор по маркетингу, компетентностный профиль, профессиональные компетенции, надпрофессиональные компетенции, высшее образование, смысловое облако, вакансии, требования, ключевые навыки, стрессоустойчивость

**Для цитирования:** Игрунова О. М., Сучкова А. Ю. Разработка компетентностного профиля маркетологов, востребованного работодателем // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2023. № 3 (39). С. 62—80. <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2023-3-62-80>  
EDN: HJAHLH.

Original article

## Development of the competency profile of marketers demanded by employers

О. М. Igrunova<sup>1</sup>, А. Yu. Suchkova<sup>2</sup>

<sup>1, 2</sup> *National Research University of Electronic Technology, Moscow, Russia*

<sup>1</sup> *igrunova@list.ru*

<sup>2</sup> *alina.suchkova.20@inbox.ru*

© Игрунова О. М., Сучкова А. Ю.

**Abstract.** The authors have developed a competency profile for a marketing vacancies demanded by employers in the labor market. The material for analyzing the employers' demands consists of the vacancies of marketers, posted on the HeadHunter site for finding jobs and employees. The authors reviewed 250 employer job openings for marketing assistant, marketing specialist and marketing director positions. The results of the survey demonstrate the requirements employers have for job seekers' education, qualifications and work experience.

**Keywords:** marketing assistant, marketer, marketing director, competency profile, professional competencies, supra-professional competencies, higher education, semantic cloud, vacancies, requirements, key skills, stress tolerance

**For citation:** Igrunova O. M., Suchkova A. Yu. "Development of the Competency Profile of Marketers Demanded by Employers". *Economic and Social Research* 3 (39) (2023): 62–80. (In Russian). <https://doi.org/10.24151/2409-1073-2023-3-62-80> EDN: HJANLH.

В настоящее время ведущее направление менеджмента — маркетинг — динамично трансформируется. Профессиональная деятельность обогащается новыми технологиями, которые используются для изучения целевой аудитории, анализа ее взаимодействия с брендами, для коммуникации с аудиторией и анализа ее результативности. Более того, поведенческие образы потребителей подвергаются пересмотру и изменению гораздо чаще, чем когда-либо. Это обязывает современного специалиста по маркетингу развиваться вместе с внешним окружением.

По данным сервисов по поиску работы и подбору персонала «Работа.ру» и «Сбер-Маркетинг», в начале 2022 г. в сфере HR-маркетинга было зафиксировано превышение спроса над предложением: число резюме значительно превосходило число вакансий<sup>1</sup>. К концу 2022 г. число резюме снизилось и составляло три резюме на вакансию. Уровень желаемой заработной платы соискателей при этом вырос до 63,3 тыс. руб. Можно выделить следующие основные тенденции в требованиях работодателей: «поиск и создание позитивного потребительского опыта»,

«следование текущим трендам» и «быстрое изменение требований». От маркетологов работодатели ожидают обеспечения «стабильного развития бизнеса компании в условиях высокой неопределенности рынка» [1].

В оценке и развитии компетентностного профиля маркетологов сегодня заинтересованы и работодатели, и образовательные организации, и выпускники высших учебных заведений. Поэтому наше исследование направлено на установление компетенций, которые являются предпосылкой личностного роста и профессионального успеха выпускников. Объектом исследования выбираем рынок труда в сфере маркетинга, а предметом — компетентностный профиль маркетологов.

На первом этапе проводим опросы, обработку результатов которых осуществляем с использованием *смысловых облаков* в программном сервисе WordsCloud<sup>2</sup>. Это позволяет структурировать ответы респондентов на открытые вопросы и выделить из них наиболее повторяющиеся слова (рис. 1–4). Выделение слов помогает увидеть ценные, уникальные характеристики изучаемого объекта (см. [2, с. 36–37]) — и это может стать

<sup>1</sup> Исследование: тренды рынка труда в сфере маркетинга по итогу 2022 года [Электронный ресурс] // Timeweb: хостинг для сайтов. URL: <https://timeweb.com/ru/community/articles/issledovanie-trendy-gynka-truda-v-marketinge-ro-itogu-2022-goda> (дата обращения: 01.08.2023).

<sup>2</sup> Создавайте облако слов на русском языке легко и просто с помощью сервиса Word's Cloud [Электронный ресурс] // WordsCloud: [сайт]. URL: <https://wordscld.pythonanywhere.com> (дата обращения: 02.08.2023).

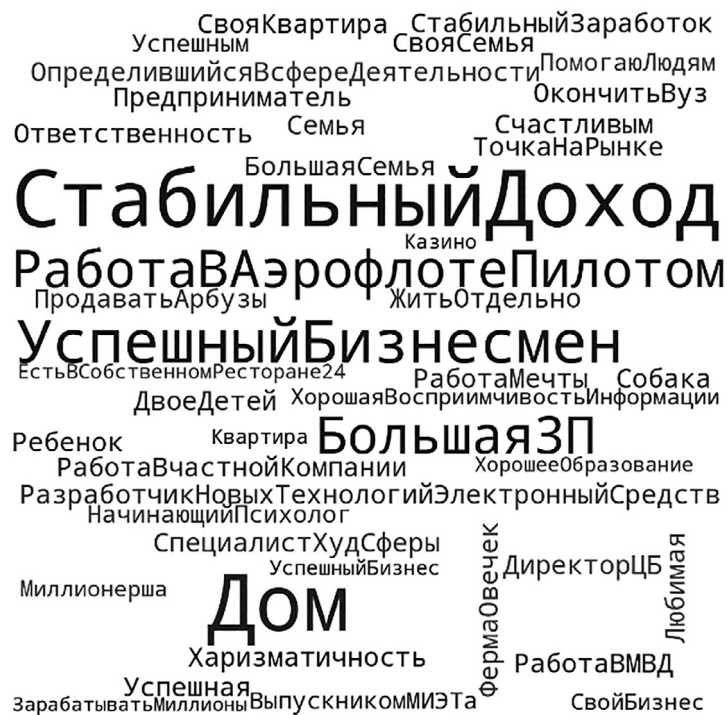


Рис. 1. Смысловое облако (1) будущего выпускников МОУ «Гимназия № 15» (г. Клин)

основой формулировки оригинального ценностного предложения. Из смыслового облака можно выделить, например, топ-3 — три ключевых словосочетания.

В первом опросе участвуют выпускники МОУ «Гимназия № 15» (г. Клин). Цель опроса — определить их планы на будущее и выбор профессии после окончания гимназии.

Как видно из смыслового облака (1) на рис. 1, выпускники гимназии в основном ориентированы на высокий и стабильный доход, собственный дом и успешный бизнес. Объем выборки составил 22 человека.

Во втором опросе участвуют абитуриенты НИУ МИЭТ (Москва, Зеленоград). Цель опроса — определить их ожидания от обучения в МИЭТ (выборка — 28 человек).

На смысловом облаке (2) можно заметить (рис. 2), что основные ожидания респондентов связаны с получением качественного высшего образования, освоением профессии, высокой заработной платой.

В третьем опросе участвуют студенты второго курса направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» НИУ МИЭТ. Цель опроса —

определить образ, которому студенты хотели бы соответствовать через четыре и более лет. Размер выборки — 21 человек. Студентам предлагается ответить на три вопроса.

Чем занимается маркетолог, в чем заключаются его каждодневные обязанности?

Кем вы видите себя после окончания университета?

Какие навыки, по вашему мнению, вам необходимо приобрести (развить) для того, чтобы приблизиться к этому образу?

Анализируя смысловое облако (3) результатов ответа на вопрос: «Чем занимается маркетолог?» (рис. 3), можно сделать вывод, что у респондентов работа маркетолога ассоциируется в основном с продвижением продукта или услуги, с исследованием и аналитикой рынка.

Смысловое облако (4) с очевидностью показывает, что респонденты видят себя в будущем востребованными специалистами, с хорошей заработной платой.

Основные навыки, выделенные студентами: знание, профессиональные навыки, стрессоустойчивость, решительность, ответственность, креативность.

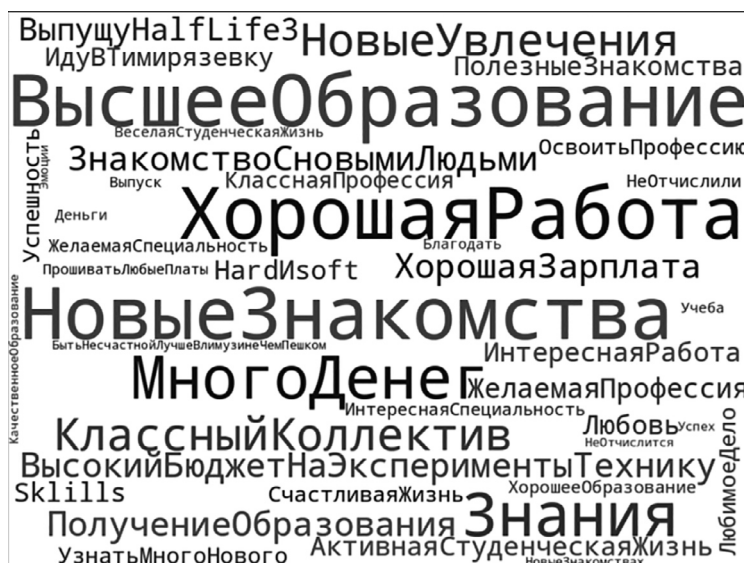


Рис. 2. Смысловое облако (2) ожиданий абитуриентов от обучения в НИУ МИЭТ

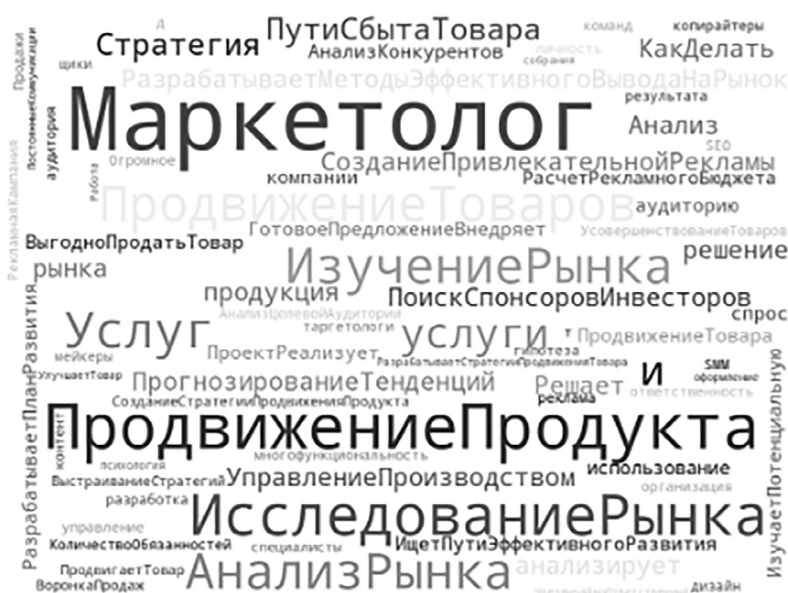


Рис. 3. Смысловое облако (3) результатов ответа на вопрос: «Чем занимается маркетолог?»

Для того чтобы сопоставить ожидания абитуриентов и образ маркетолога, который создают студенты, с требованиями работодателей, проводим исследование вакансий маркетологов, размещенных на одном из самых крупных в мире (по данным рейтинга Similarweb) проектов HR-TECH — сайте по поиску работы

и сотрудников HeadHunter<sup>3</sup>. Для анализа рынка труда отбираем вакансии ассистента маркетолога, маркетолога и директора по маркетингу. В ходе анализа мы рассмотрели по 100 вакансий для ассистента и маркетолога и 50 вакансий для директора по маркетингу и построили круговые диаграммы (рис. 6—8).

<sup>3</sup> HeadHunter: платформа онлайн-рекрутинга. URL: [https://khimki.hh.ru/article/28?from=footer\\_new&hhtmFrom-Label=footer\\_new&hhtmFrom=main](https://khimki.hh.ru/article/28?from=footer_new&hhtmFrom-Label=footer_new&hhtmFrom=main) (дата обращения: 01.08.2023).



## Отрасли компаний в вакансиях для Ассистента маркетолога

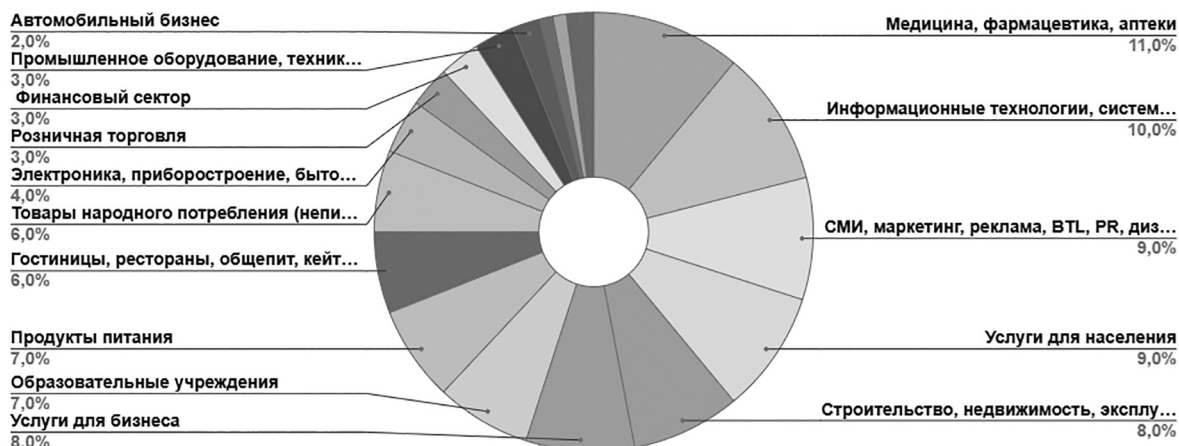


Рис. 6. Распределение вакансий ассистента маркетолога по отраслям рынка труда

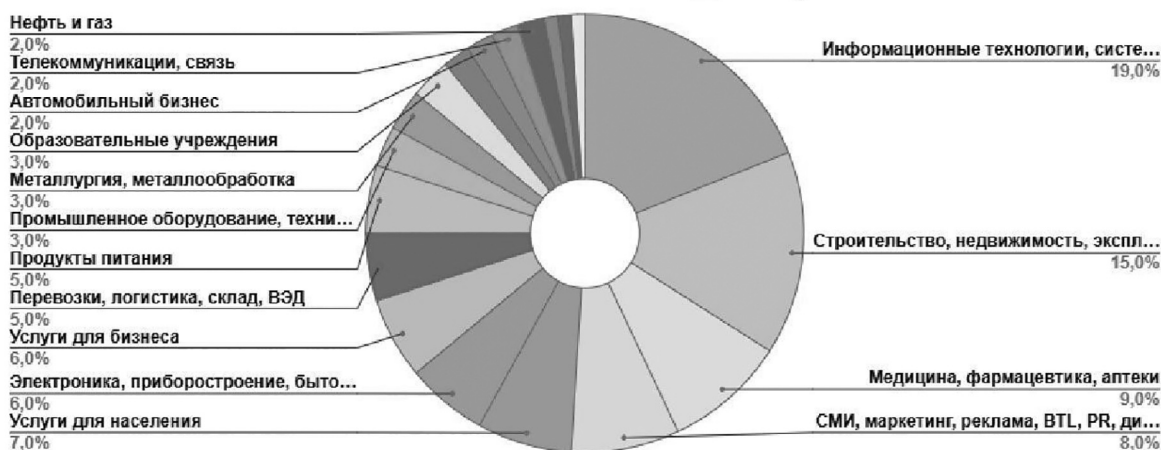


Рис. 7. Распределение вакансий маркетолога по отраслям рынка труда

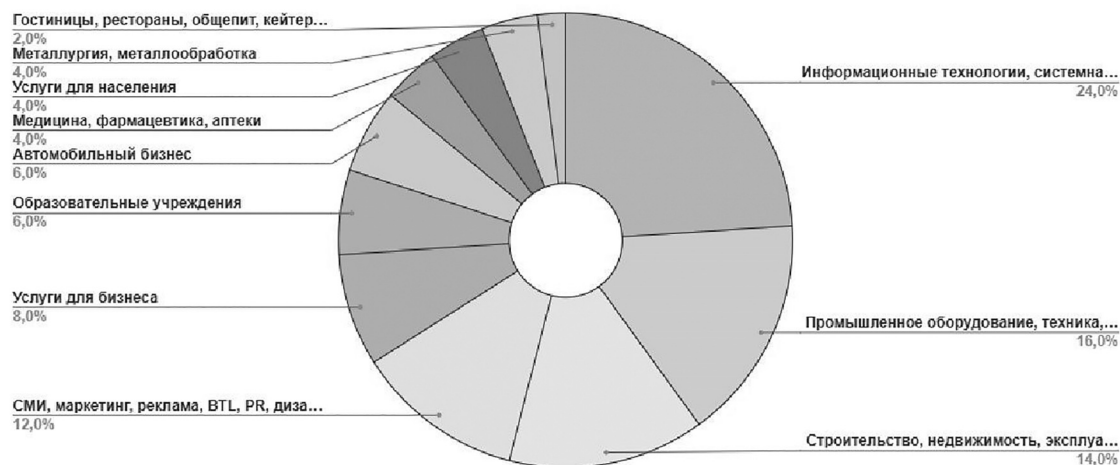


Рис. 8. Распределение вакансий директора по маркетингу по отраслям рынка труда

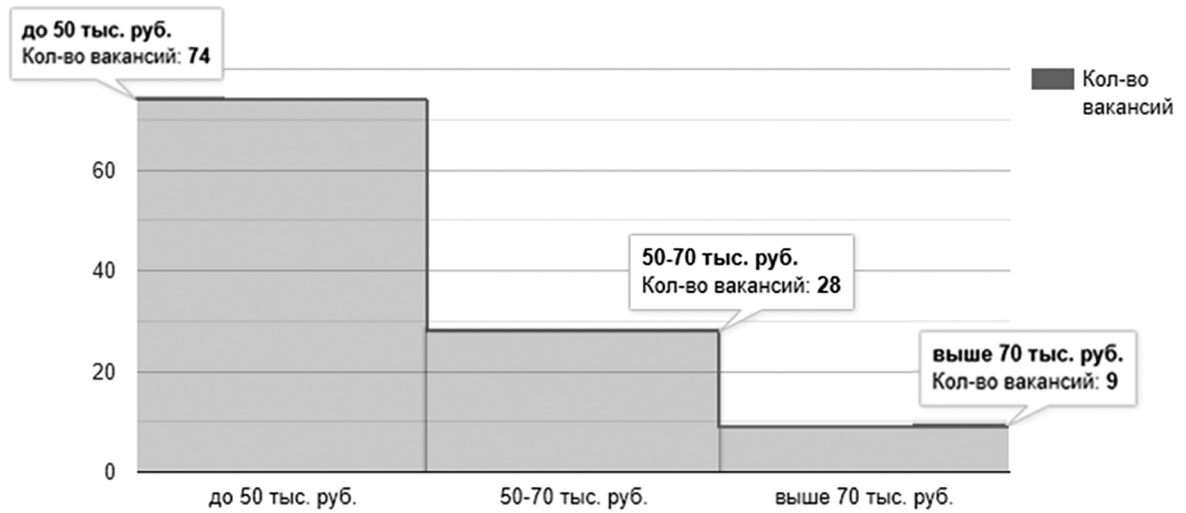


Рис. 9. Зарплата в вакансии «ассистент маркетолога»

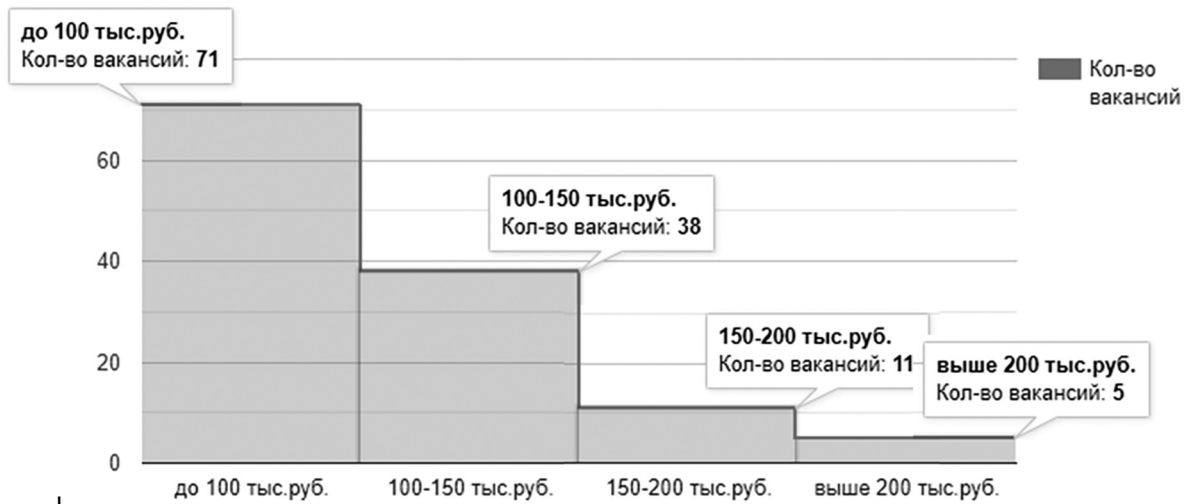


Рис. 10. Зарплата в вакансии «маркетолог»

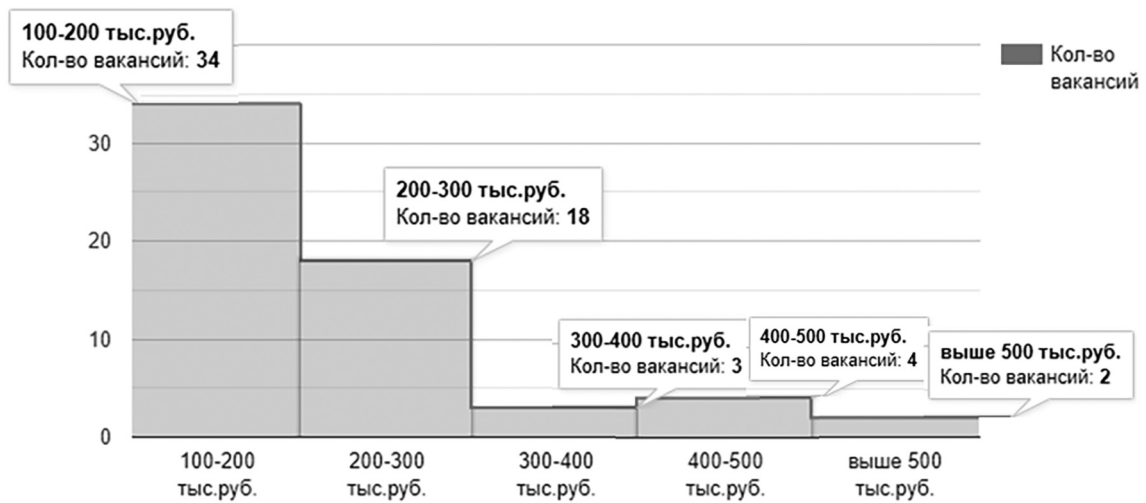


Рис. 11. Зарплата в вакансии «директор по маркетингу»

которые подразумевают возможность работы удаленно, зарплата указана ниже. Это 25 % от общего объема вакансий ассистента маркетолога.

Зарплата маркетолога составляет от 60 тыс. руб. до 70 тыс. руб. Средняя зарплата — 79 533 руб., соответственно, в анализируемых вакансиях в основном представлено значение зарплаты, равное среднему и выше. При этом в общем объеме 19 % вакансий подразумевают возможность удаленной работы, но на заработную плату это никак не влияет.

В вакансии директора по маркетингу диапазон основного значения зарплаты широкий — от 100 тыс. руб. до 200 тыс. руб., а средняя зарплата, по данным портала

«ГородРабот.ру», составляет 135 470 руб. При этом 18 % вакансий подразумевают возможность удаленной работы, что, как и в вакансии маркетолога, не снижает заработной платы.

Требуемый стаж работы в вакансиях «ассистент маркетолога», «маркетолог» и «директор по маркетингу» представлен на столбчатых диаграммах (рис. 12—14).

В большинстве вакансий «ассистент маркетолога» указан требуемый стаж работы — от 1 года до 3 лет, но также имеются и вакансии, в которых опыт работы не требуется.

В вакансии «маркетолог» требуется в основном стаж работы от 1 года до 3 лет, в вакансии «директор по маркетингу» — стаж от 3 до 6 лет.

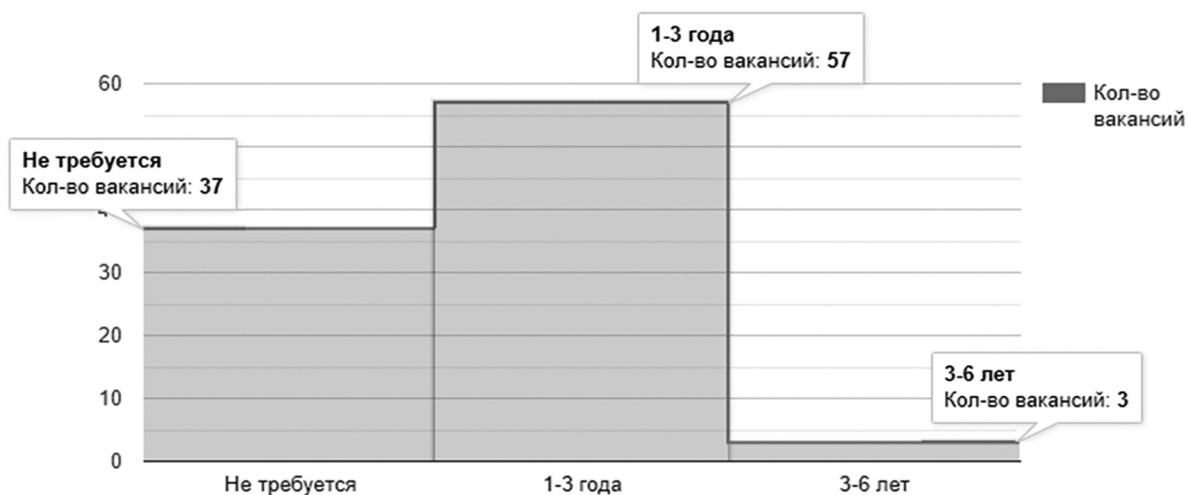


Рис. 12. Требуемый стаж работы в вакансии «ассистент маркетолога»

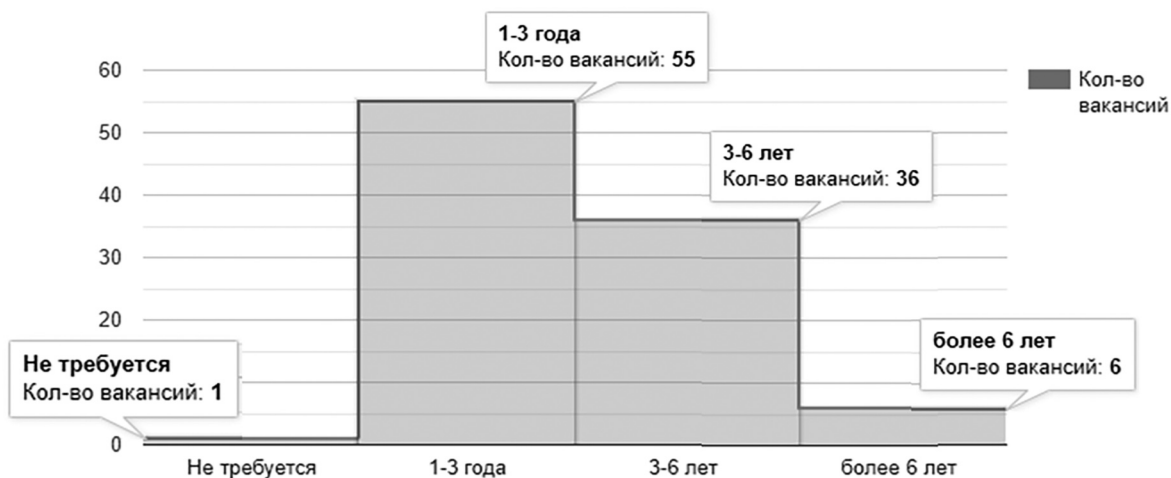


Рис. 13. Требуемый стаж работы в вакансии «маркетолог»

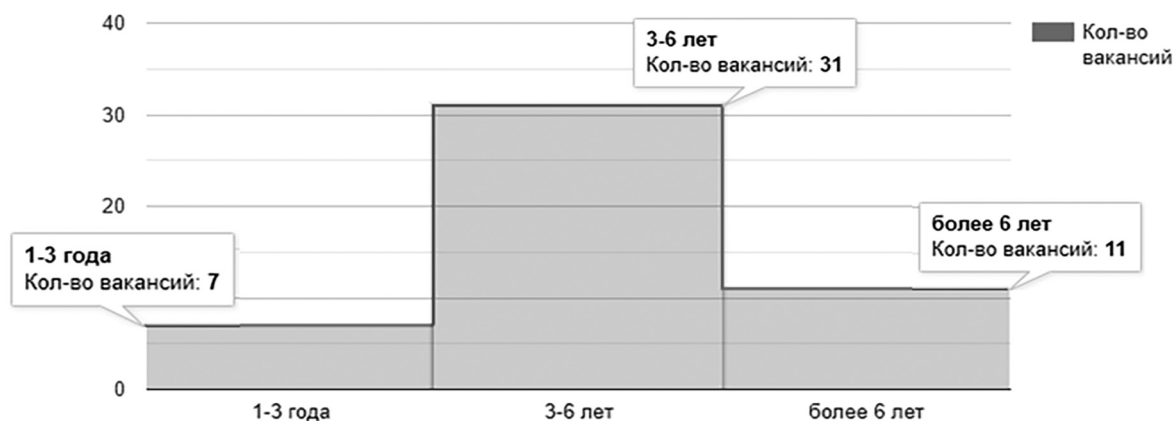


Рис. 14. Требуемый стаж работы в вакансии «директор по маркетингу»

В 90 % вакансий условием является полная занятость.

Далее осуществляем анализ требований, предъявляемых к исследуемым вакансиям, — строим полосовые диаграммы (рис. 15—20).

Наглядно результаты анализа требований к вакансиям «ассистент маркетолога», «маркетолог» и «директор по маркетингу», а именно обязанности и требуемые ключевые навыки, представлены в табл. 1—3.

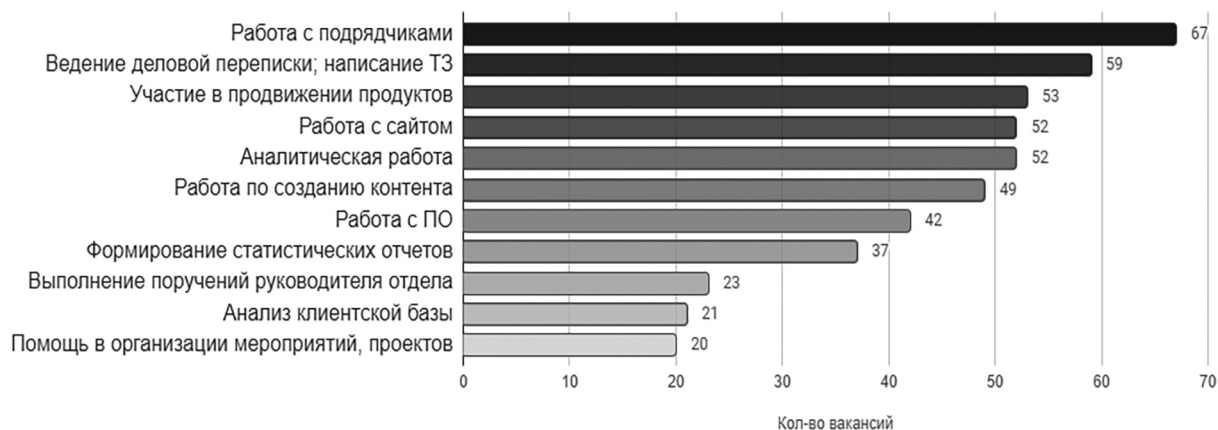


Рис. 15. Требования к ассистенту маркетолога: обязанности

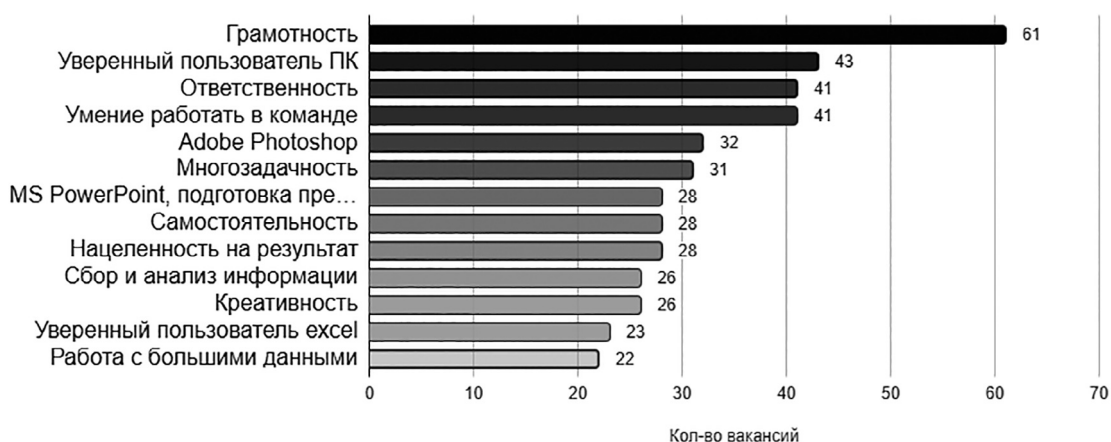


Рис. 16. Требования к ассистенту маркетолога: ключевые навыки

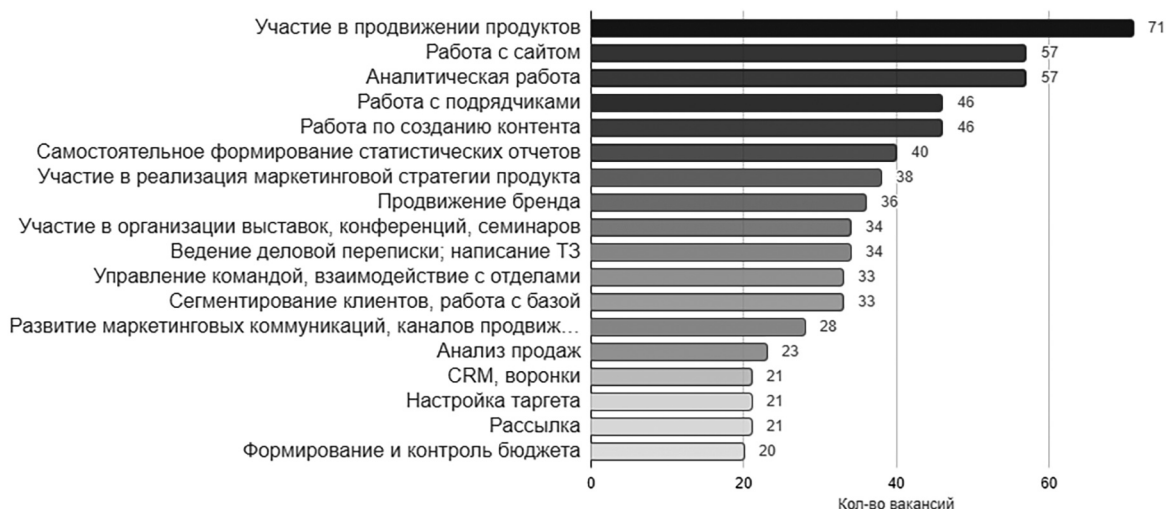


Рис. 17. Требования к маркетологу: обязанности

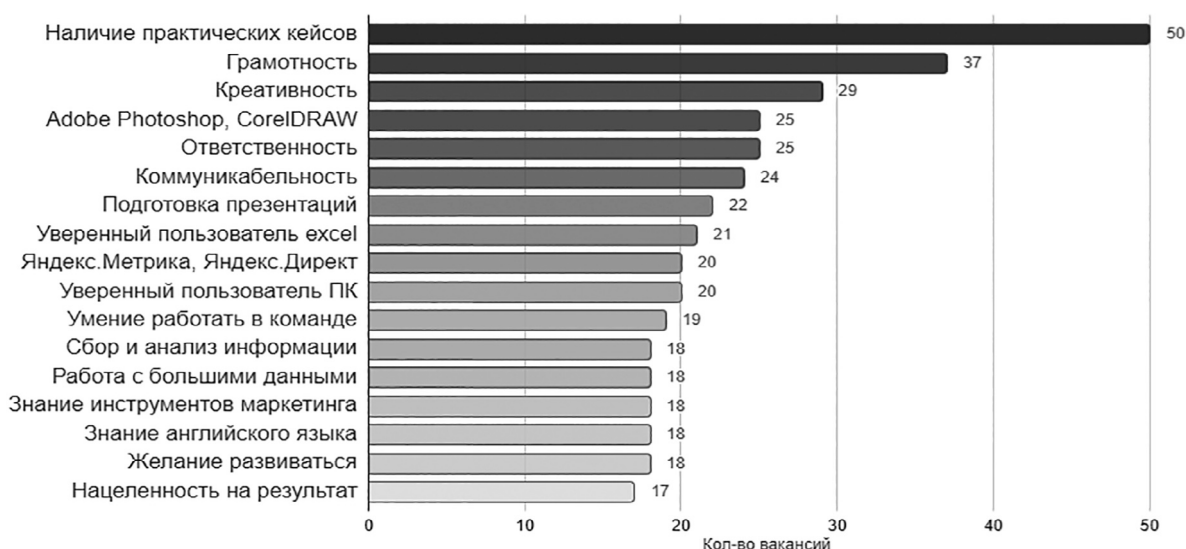


Рис. 18. Требования к маркетологу: ключевые навыки



Рис. 19. Требования к директору по маркетингу: обязанности



Рис. 20. Требования к директору по маркетингу: ключевые навыки

Таблица 1

**Требования, предъявляемые к ассистенту маркетолога**

Требования	Кол-во вакансий
<i>Обязанности</i>	
Работа с подрядчиками	67
Ведение деловой переписки; написание ТЗ	59
Участие в продвижении продуктов	53
Работа с сайтом	52
Аналитическая работа	52
Работа по созданию контента	49
Работа с ПО	42
Формирование статистических отчетов	37
Выполнение поручений руководителя отдела	23
Анализ клиентской базы	21
Помощь в организации мероприятий, проектов	20
Запуск и ведение всех маркетинговых активностей	18
Брендинг	18
Рассылка, обзвоны	17
Работа с таблицами, таск-трекерами и CRM	17
SMM	17
Участие в организации выставок, конференций, семинаров	16
Участие в реализации маркетинговой стратегии продукта	12
Быстрое реагирование на вопросы и направление нужным специалистам	12

Таблица 1 (Продолжение)

Требования	Кол-во вакансий
Работа по формированию ассортимента для клиентов	12
Участие в ведении и планировании бюджета по проектам	11
Участие в генерации новых идей	11
Постановка задач, контроль выполнения задач	10
Помощь в организации рутинных процессов	9
Работа с маркетплейсами	9
Контроль выпуска новой продукции, коммуникация с отделом производства	8
Систематизация и выдача доступов к ресурсам/материалам	3
Самостоятельное ведение отдельных частей проектов	1
<b>Ключевые навыки</b>	
Грамотность	61
Уверенный пользователь ПК	43
Ответственность	41
Умение работать в команде	41
Adobe Photoshop	32
Многозадачность	31
MS PowerPoint, подготовка презентаций	28
Самостоятельность	28
Нацеленность на результат	28
Сбор и анализ информации	26
Креативность	26
Уверенный пользователь Excel	23
Работа с большими данными	22
Копирайтинг	19
Поиск информации	17
Проявление инициативы, погружение в поставленные задачи	15
Знание английского языка	13
Клиентоориентированность: желание и умение понять своего клиента, основы его деятельности, цели и проблемы, с которыми он сталкивается	6
Знание и понимание основ маркетингового анализа/планирования, ценообразования, прогнозирования	2

Таблица 2

**Требования, предъявляемые к маркетологу**

Требования	Кол-во вакансий
<i>Обязанности</i>	
Участие в продвижении продуктов (контроль проведения мероприятий по продвижению). В основном рекламные кампании, копирайтинг, А/В тесты, анализ эффективности, маркетинговые акции	71
Работа с сайтом, SEO, Яндекс.Метрики, ВК, Телеграмм	57
Аналитическая работа: исследование трендов, конкурентный анализ, оценка текущей ситуации, прогнозы по объемам потребления, ценам	57
Работа с подрядчиками: реклама, полиграфия, копирайтеры, контент-менеджер	46
Работа по созданию контента (организация фотосессий, описание продуктов, создание презентаций)	46
Самостоятельное формирование статистических отчетов и проведение аналитики по ним	40
POS, участие в реализации маркетинговой стратегии продукта	38
Продвижение бренда, лендинги, корпоративный стиль, позиционирование	36
Участие в организации выставок, конференций, семинаров и разработка маркетинговых материалов совместно с отделом маркетинга	34
Ведение деловой переписки; написание ТЗ, постов, документация	34
Управление командой, взаимодействие с отделами	33
Сегментирование клиентов, лиды, работа с базой, привлечение клиентов, новые инструменты, отзывы	33
Развитие маркетинговых коммуникаций, каналов продвижения	28
Анализ продаж, лидов	23
CRM, воронки	21
Рассылка, цепочки	21
Настройка таргета, вирусный маркетинг, BTL и ATL	21
Формирование и контроль бюджета	20
Работа с ПО (Битрикс, Trello, 1C), оптимизация рабочих процессов	19
Создание макетов для рекламной продукции	18
SMM	16
УТП	14
Тестирование гипотез	14
Проектная деятельность	14
Мониторинг ключевых показателей компании	14
Создание новых продуктов бренда, их запуск	12
Директ-маркетинг	12
Создание задач, на основании общей стратегии компании, и контроль за их выполнением	10

Таблица 2 (Продолжение)

Требования	Кол-во вакансий
Контроль проведения рекламных акций	8
Использование любых источников привлечения трафика	8
Запуск и ведение всех маркетинговых активностей (Авито, Яндекс, Циан) и анализ их эффективности	8
Выполнение поручений руководителя отдела	7
Разработка маркетинговых материалов и инструментов для партнеров и клиентов	5
Информационная поддержка Отдела маркетинга и рекламы	5
Изучение новых направлений деятельности с точки зрения затрат, перспектив и т. д.	4
Разработка и анализ торговой марки и вывод ее	3
Количественные и качественные интервью	3
Развитие портфеля компании	2
Анализ рисков	1
<b>Ключевые навыки</b>	
Наличие практических кейсов	50
Деловая переписка, написание текстов, деловые переговоры	37
Умение использовать креативные методы для решения поставленных задач	29
Adobe Photoshop, CorelDRAW	25
Ответственность	25
Коммуникабельность	24
MS PowerPoint/Canva, подготовка презентаций	22
Уверенный пользователь Excel (сводные таблицы, ВПР, формулы)	21
Яндекс.Метрика, Яндекс.Директ	20
Уверенный пользователь ПК	20
Умение работать в команде, разрешать конфликты	19
Сбор и анализ информации, использование в аргументации	18
Работа с большими данными	18
Знание основных стратегий создания, продвижения и позиционирования; Знание инструментов маркетинга; Знание и понимание современных рыночных тенденций и каналов коммуникации	18
Знание английского языка	18
Желание развиваться	18
Нацеленность на результат	17
Стратегическое, системное мышление	15
Самостоятельность	15
Многозадачность	15
Внимательность	15

Таблица 2 (Продолжение)

Требования	Кол-во вакансий
Проявление инициативы, погружение в поставленные задачи	13
Поиск информации	10
Селф- и тайм-менеджмент	9
Оптимизм	7
Копирайтинг	7
Ценообразование	6
Трудолюбие	6
Командировки	4
Знание и понимание основ маркетингового анализа/планирования, ценообразования, прогнозирования	2
Клиентоориентированность: желание и умение понять своего клиента, основы его деятельности, цели и проблемы, с которыми он сталкивается.	1
Исполнительность	1
Е-СОМ	1
Быстрое схватывание задач	1

Таблица 3

**Требования, предъявляемые к директору по маркетингу**

Требования	Кол-во вакансий
<i>Обязанности</i>	
Управление командой, улучшение взаимодействия с отделами	33
Анализ продаж	31
Разработка и реализация программы для продвижения продуктов	30
Аналитическая работа	29
Формирование и контроль бюджета	29
Сегментирование клиентов, работа с базой, привлечение клиентов	27
Работа с подрядчиками	24
Реализация digital-стратегии, работа с сайтом	24
Разработка и реализация маркетинговой стратегии	24
Продвижение бренда, корпоративный стиль, позиционирование	18
Анализ ключевых показателей компании	17
Развитие маркетинговых коммуникаций, каналов продвижения	16
Организация и проведение выставок, конференций	13
Разработка контент-стратегии и реализация медиапланирования	11
Формирование статистических отчетов	11

Таблица 3 (Продолжение)

Требования	Кол-во вакансий
Разработка маркетинговых материалов для партнеров и клиентов	10
Тестирование гипотез роста бизнеса	10
Использование любых источников привлечения трафика	9
CRM, воронки	9
SMM	9
Ведение деловой переписки; написание ТЗ, постов, документация	8
Разработка программ обучения клиентов и сотрудников компании	8
Запуск и ведение всех маркетинговых активностей и анализ их эффективности	7
Контроль и оценка эффективности маркетинговых мероприятий	7
Проектная деятельность	7
Работа по созданию контента (организация фотосессий, описание продуктов, создание презентаций)	7
Работа с ПО (Битрикс, Trello, 1С), оптимизация рабочих процессов	7
Рассылка, цепочки	7
Создание новых продуктов бренда, их запуск	7
Оценка целесообразности установки различного уровня цен	6
Настройка таргета, вирусный маркетинг, BTL и ATL	5
Анализ рисков, предложения по их минимизации	4
Изучение новых направлений деятельности с точки зрения затрат, перспектив и т. д.	4
УТП	4
Планирование закупок	3
Подготовка презентаций по новым продуктам	3
Создание задач, на основании общей стратегии компании, и контроль за их выполнением	3
Контроль проведения рекламных акций	2
Развитие портфеля компании	2
Разработка и анализ торговой марки и вывод ее	2
Создание макетов для рекламной продукции	2
Директ-маркетинг	1
<b>Ключевые навыки</b>	
Наличие практических кейсов	40
Опыт работы на руководящей должности	20
Знание digital marketing	18
Стратегическое, системное мышление	17
Ответственность за командный результат	16
Умение писать и править тексты, хороший слог и грамотный русский язык	15
Публичные выступления	14

Таблица 3 (Продолжение)

Требования	Кол-во вакансий
Навык выстраивания канала продаж	12
Умение работать с Яндекс.Метриками	12
Высокий уровень экспертизы в интернет-маркетинге	11
Нацеленность на результат	11
Желание развиваться	10
Успешный опыт разработки маркетинговых стратегий	10
Умение принимать управленческие решения	10
Опыт проведения успешных маркетинговых кампаний	9
Системность	9
Умение использовать креативные методы для решения поставленных задач	9
Знание основных стратегий создания, продвижения и позиционирования; Знание инструментов маркетинга; Знание и понимание современных рыночных тенденций и каналов коммуникации	8
Многозадачность	7
Опыт запуска нового продукта, работы с продуктом	7
Сбор и анализ информации, использование в аргументации	7
Умение работать в команде, разрешение конфликтов	7
Умение создавать и выстраивать бизнес-процессы	7
Знание английского языка	6
Клиентоориентированность: желание и умение понять своего клиента, основы его деятельности, цели и проблемы, с которыми он сталкивается.	6
Опыт работы в CRM-системах	6
Селф- и тайм-менеджмент	6
Уверенный пользователь ПК	6
Проведение маркетинговых исследований	4
Самоорганизованность	4
MS PowerPoint/Canva, подготовка презентаций	4
Внимательность	3
Понимание работы систем привлечения трафика	3
Работа с большими данными	3
Самостоятельность	3
Уверенный пользователь Excel (сводные таблицы, ВПР, формулы)	3
Оптимизм	2
Быстрое схватывание задач	1
Копирайтинг	1
Опыт в лидогенерации, глубокие знания юнит-экономики для лидгена	1

Таблица 3 (Окончание)

Требования	Кол-во вакансий
Проявление инициативы, погружение в поставленные задачи	1
Умение работать в неопределенности на рынке	1
Adobe Photoshop, CorelDRAW	1

Требования, предъявляемые к ассистенту маркетолога, в основном направлены на поддержку функций менеджмента в планировании, подготовке и реализации товаров или услуг, а также обусловлены различной административной работой. Здесь важны базовые навыки по работе с компьютером, а также универсальные надпрофессиональные компетенции, такие как: ответственность, командная работа, креативность и др.

Требования, предъявляемые к маркетологу, в основном связаны с продвижением товара или услуги. Обязанности формулируются довольно обобщенно, шаблонно. Ключевые навыки близки к тем, которые требуются в вакансии ассистента маркетолога. Однако есть главное отличие в требованиях к маркетологу — это практический опыт.

В вакансии «директор по маркетингу» требования формулируются достаточно узко и конкретно, в зависимости от специфики отрасли и деятельности компании (в ходе анализа вакансий они были обобщены). Например, обязанности по выполнению анализа продаж в одной из вакансий следующие: поиск и тестирование различных стратегий продвижения для увеличения роста лидов, предложения по увеличению продаж, планирование продаж: разработка и согласование плана продаж и KPI, синхронизация с основным бюджетом компании, доведение цели до сотрудников отдела, контроль за выполнением KPI, участие в разработке акций (совместно с бренд-менеджером). Также в большинстве вакансий должности формулируются более конкретно: руководитель отдела маркетинга B2B, руководитель отдела digital-маркетинга, руководитель

отдела рекламы, директор по маркетингу и PR. В ключевых навыках в вакансии «директор по маркетингу» преобладают уже не только практический опыт в сфере маркетинга, но еще и управленческие навыки, и опыт работы в руководящей должности. В большей степени требуются профессиональные навыки, такие как: знание digital-маркетинга, построение канала продаж, высокий уровень экспертизы в интернет-маркетинге, умение создавать и выстраивать бизнес-процессы, опыт работы в CRM-системах, опыт запуска нового продукта, работы с продуктом. Для директора большое значение имеет персональная эффективность, поэтому требования к этой должности включают такой ключевой универсальный навык, как стратегическое, системное мышление в качестве необходимого условия эффективного решения проблем.

Таким образом, каждая должность требует определенного набора профессиональных и надпрофессиональных компетенций, который увеличивается при переходе на следующую ступень карьерной лестницы.

При сравнении навыков, отмеченных студентами второго курса (в опросе по составлению образа маркетолога), с требованиями, которые предъявляют работодатели, можно выделить различия. Например, студенты особо подчеркнули навык «стрессоустойчивость», тогда как работодатели не отмечают его критической значимости. Возможно, для студентов большое количество ситуаций является стрессом. Это обусловлено тем, что со многими ситуациями в своей жизни в силу возраста студенты сталкиваются впервые, а работодатели — более опытные люди, многие ситуации уже не вызывают

у них подобного стресса или тревоги, следовательно, с возрастом значимость ключевого навыка «стрессоустойчивость» снижается. Исходя из этого можно сделать вывод, что работодателям, в том числе вузам, стоит уделять особое внимание эмоциональному состоянию молодых сотрудников, которым трудно адаптироваться в новой для них реальности и в ситуациях повышенной нагрузки. Студентам же следует осознать, что многие ситуации необходимо прожить — для извлечения опыта, который позволит снизить стресс от подобных ситуаций в дальнейшем.

Таким образом, практическая значимость разработки компетентностного профиля маркетолога состоит в том, чтобы показать требования работодателей к профилю, сформировать образ маркетолога у выпускников и начинающих специалистов в соответствии с требуемыми обязанностями и ключевыми навыками, способствовать пониманию особенностей развития профессиональных и надпрофессиональных компетенций, что в дальнейшем сможет предотвратить опасные для рынка труда и начинающих специалистов проблемы.

### Список литературы и источников

1. *Артемова Е., Тупикина А.* Стрессоустойчивость и многозадачность в маркетинге важнее знания английского [Электронный ресурс]: исследование Работа.ру и СберМаркетинг // Работа.ру: сервис российского hr-tech рынка. URL: <https://press.rabota.ru/itogi-2022-goda-v-rynke-truda-marketinga> (дата обращения: 01.08.2023).
2. *Игрунова О. М.* Практикум по дисциплине «Маркетинговые исследования»: учеб. пособ. М.: Русайнс, 2023. 144 с. EDN: MXEZSL.

### References

1. Artem'yeva Elena, Tupikina Anna. "In Marketing, Stress Tolerance and Multitasking are More Important than Knowledge of English: Research by Rabota.ru and SberMarketing". *Rabota.ru*. (In

Russian). Cop. 2020. Web. 01 Aug. 2023. <<https://press.rabota.ru/itogi-2022-goda-v-rynke-truda-marketinga>>.

2. *Igrunova O. M.* *Practical Course in the Discipline "Marketing Research"*: study guide. Moscow: Russains, 2023. 144 p. (In Russian). EDN: MXEZSL.

### Библиографический список

1. *Игрунова, О.* Современные тенденции развития московского рынка высшего профессионального образования / О. Игрунова, П. Баландюк-Опалинская. — Текст : непосредственный // Прикладные экономические исследования. — 2016. — № 5 (15). — С. 24—32. — EDN: XBHAML.

### Bibliography

1. *Igrunova Oxana, Balandyuk-Opalinskaya Polina.* "Contemporary Tendencies in Development of Moscow Market of Higher Professional Education". *Prikladnyye ekonomicheskiye issledovaniya = The Applied Economic Research Journal* 5 (15) (2016): 24—32. (In Russian). EDN: XBHAML.

### Информация об авторах

*Игрунова Оксана Михайловна* — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга и управления проектами, Национальный исследовательский университет «МИЭТ» (Россия, 124498, Москва, пл. Шокина, 1).

*Сучкова Алина Юрьевна* — студентка, Национальный исследовательский университет «МИЭТ» (Россия, 124498, Москва, пл. Шокина, 1).

### Information about the authors

*Oksana M. Igrunova* — PhD in Economics, Assistant Professor at the Marketing and Project Management Department, National Research University of Electronic Technology (Russia, 124498, Moscow, Shokin sq., 1).

*Alina Yu. Suchkova* — student, National Research University of Electronic Technology (Russia, 124498, Moscow, Shokin sq., 1).

Статья поступила в редакцию 04.05.2023.

The article was submitted 04.05.2023.