

ВИСНОВОК

**рецензента, доктора педагогічних наук, професора О.О. Лаврентьєвої
про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів
дисертаційної роботи**

Казакевич Олени Ігорівни

**«Формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі
міждисциплінарної підготовки»,
що представлена на здобуття ступеня доктора філософії
зі спеціальності 015 - Професійна освіта**

Актуальність теми виконаної роботи та зв'язок із планами галузей науки. Трансформаційні та євроінтеграційні процеси, притаманні економіці України, визначають нагальність перегляду змісту професійної діяльності й відповідно системи підготовки фахівців економічного профілю взагалі та маркетологів, зокрема. Оскільки маркетинг охоплює практично всі сфери комерційної діяльності від виробництва й торгівлі до надання послуг, без нього сьогодні практично неможливо уявити роботу жодної організації. Професіоналізм маркетолога зумовлює величину прибутку й ступінь мінімізації ризиків установи, у такий спосіб визначаючи рівень життя населення й, без перебільшення, економічний успіх країни на міжнародній арені. Проте, конкурувати на ринку праці, просувати свій економічний кластер спроможний лише високоосвічений фахівець, якому притаманна сформована професійна культура та лідерські якості – лідерська спрямованість і потенціал, харизма, емоційний інтелект, зануреність і закоханість у свою справу, відповідальність, прагнення до успіху й соціального визнання, готовність до змін і самовдосконалення. Зі свого боку, підготовка маркетолога – готового до лідерства у професії, – не має обмежуватися вимогами окремих освітніх компонентів та напрямів професійної підготовки, що замикають майбутнього фахівця у лещата розрізнених за спрямованістю навчально-професійних ситуацій. Власне міждисциплінарна підготовка, як новаторський напрям у сфері вищої освіти, здатна забезпечити становлення спеціаліста, спроможного вирішувати різноманітні проблеми (метазавдання) у своєму професійному, соціальному та особистому житті. Із огляду на це відмічаємо актуальність пропонованого дослідження О. І. Казакевич та наголошуємо на його востребуваності для галузі теорії та методики професійної освіти як в контексті професійного становлення майбутніх маркетологів, так і фахівців інших економічних спеціальностей.

Актуальність теми підтверджують усебічно проаналізовані авторкою провідні нормативні документи, що регулюють процес професійної підготовки майбутніх маркетологів у закладах вищої освіти та актуалізують проблему формування конкурентоспроможного й суспільно активного фахівця для провідних економічних галузей України, а також виокремлені суперечності, що гальмують процес формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів в процесі міждисциплінарної підготовки в закладах вищої освіти.

Роботу виконано відповідно до напрямів досліджень науково-дослідної лабораторії інноваційних методів навчання і кафедри інноваційних технологій з педагогіки, психології та соціальної роботи ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», у межах комплексних наукових тем: «Модернізація професійно-педагогічної освіти в Україні в умовах інтеграції до світового освітнього простору» (№ 0112U002287) і «Теоретичні та методичні засади моделювання компетентнісної професійної освіти у контексті євроінтеграції» (№ реєстраційний номер 0717U004331).

На нагальності зазначеної проблематики наголошують акти впровадження результатів дослідження в закладах вищої освіти, в яких готують фахівців-маркетологів, а саме: ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Класичний приватний університет.

Найбільш суттєві наукові результати, що містяться в дисертації.

Відзнакою дисертації О. І. Казакевич є здійснення послідовного, доказового, переконливого й аргументованого обґрунтування теоретичних засад та експериментальній перевірці педагогічної технології формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки шляхом створення інтегрованого, дієвого й сучасного інформаційно насиченого навчально-методичного забезпечення, адаптованого до викликів дистанційного й змішаного навчання.

Загалом, структура й зміст дисертації відбивають логіку наукового пошуку; методологічний апарат дослідження в повній мірі характеризує здійснену роботу. Результатам і висновкам проведеного дослідження притаманні наукова новизна, теоретична й практична значущість як з огляду на подальший розвиток теорії і методики професійної освіти, так і в контексті професійної підготовки майбутніх маркетологів на засадах міждисциплінарності.

З інтересом слідували за логікою дослідження дисертантки, якою усебічно

розкривалися сучасні концепції і програми виховання лідера, феномену лідерства-служіння, лідерської компетентності, її зв'язку з так званими гнучкими або м'якими навичками (soft-skills). Досить позитивне враження складає звернення не лише до вітчизняної, але й до зарубіжного досвіду формування лідерської компетентності, матеріалів міжнародних форумів, проєктів, приватних ініціатив, довідкових джерел, освітньо-професійних програм, окремих освітніх компонентів, пропонувані різними освітніми установами України та зарубіжжя. Це дозволило авторці виокремити місце лідерської компетентності в структурі професійної компетентності маркетолога, визначити її як стрижневу й важливу якість конкурентоздатного маркетолога, як метакомпетентність; виявити й обґрунтувати її організаційну, дослідницько-інформаційну, планувально-проєктну, інноваційну, операційну, обліково-аналітичну, консультаційну та кооперативну функції в професійній діяльності маркетолога.

На окрему увагу заслуговує вдумливий підхід авторки до побудови критеріальної бази дослідження. Маємо на увазі визначені відповідно до структури критерії, показники та ознаки трьох рівнів сформованості лідерської компетентності майбутніх маркетологів, які чітко виписані в основному тексті дисертації та додаткового конкретизовані й систематизовані в додатках. Додамо до цього такого діагностичний інструментарій дослідження, який містить авторські та адаптовані до контексту методики вивчення своєрідності сформованості лідерської компетентності майбутніх маркетологів за мотиваційно-ціннісним, когнітивним, діяльнісним та особистісним критеріям.

До суттєвих надбань дисертантки слід додати розроблення змісту міждисциплінарної підготовки майбутніх маркетологів, що в подальшому дало змогу О.І. Казакевич реалізувати психолого-педагогічну та технолого-методичну лінії інтеграції освітніх компонентів, шляхом використання навчально-міждисциплінарних прямих, дослідницько-міждисциплінарних зв'язків проблемного характеру, ментально-опосередкованих зв'язків, побудувати авторську методичку формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів, забезпечити інтеграцію професійно важливих знань на рівні загальнодидактичних принципів, мети та змісту навчання, змістових зв'язків у межах однієї дисципліни та між спорідненими дисциплінами, на рівні обґрунтування та застосування педагогічного інструментарію.

Відзначимо також наукову коректність авторки, яку вбачаємо в способі обґрунтування та побудові змісту педагогічної технології формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки,

чому передусе аналіз стану та вивчення зазначеної проблеми в практиці професійної підготовки маркетологів бакалаврського рівня та проведений зі знанням справи за його результатами SWOT-аналіз та експертне оцінювання. Відмічаємо доцільність здійсненого опису авторського внеску в якісне оновлення на засадах міждисциплінарності освітніх компонентів у підготовці майбутніх маркетологів, визначенні закономірностей формування лідерської компетентності, що загалом підсилює теоретичне значення здобутих результатів. Представлена на рис. 2.1 модель педагогічної технології є самодостатньою і такою, що створює вичерпне уявлення стосовно авторської концепції та шляхів формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів в процесі міждисциплінарної підготовки.

На схвальну оцінку заслуговує проведена дослідно-експериментальна перевірка теоретично обґрунтованих положень педагогічної технології, ґрунтовний підхід О.І. Казакевич до організації експериментальної роботи, детальний опис як поетапного формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів, так і механізмів та шляхів реалізації міждисциплінарних зв'язків.

Прикінцеві результати формувального етапу експериментального дослідження підтверджуються достатньо якісним, кількісним і статистичним аналізами. Не підлягає сумніву встановлена авторкою динаміка сформованості лідерської компетентності майбутніх маркетологів експериментальних груп.

На окрему увагу заслуговують додатки дисертаційної праці, в яких представлені готові до впровадження в систему професійної підготовки розробки заходів формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів на засадах міждисциплінарності.

Структура роботи є логічною й адекватно відображає траєкторію руку теоретико-експериментального дослідження. Основний зміст дисертаційної роботи свідчить про широку наукову ерудицію авторки, її здатність до системного охоплення різновекторних аспектів досліджуваного феномену, зрілість її професійного мислення.

Значення одержаних результатів для науки й практики та рекомендації щодо їх можливого використання.

Принагідно слід акцентувати на значній теоретичній базі дослідження з питань підготовки компетентного маркетолога та відповідного змісту його міждисциплінарної підготовки, а також філософії, психології, соціології та педагогіки лідерства, що дозволило авторці ґрунтовно висвітлити теоретичні та методологічні засади дослідження, сформулювати його вихідні положення.

Характерною рисою дослідження О.І. Казакевич є системний та комплексно-інтегративний підхід до вирішення поставлених завдань. Відзначаємо чітку й логічну структурованість дослідження щодо виявлення й усебічного вивчення теоретичних засад формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки, у яких авторкою, з огляду на напрям наукових пошуків, виокремлені три провідні лінії, а саме: лідерська компетентність як психолого-педагогічний феномен; теорія і практика професійної підготовки майбутніх маркетологів; міждисциплінарна підготовка здобувачів як вимога сьогодення. Вдумливий і виважений аналіз, глибина розроблення проблеми, її усебічне дослідження крізь призму різних наукових шкіл, у т. ч. вітчизняних та зарубіжних, з опорою на зміст провідних Концепцій та державних програм України, узгоджених із європейською практикою освітніх реформ, уможливило виявлення вихідних позицій дисертації, надання характеристики її понятійно-категоріального апарату, авторського потрактування та представлення структурно-компонентного аналізу феномену «лідерська компетентність маркетолога», дозволило виокремити в ньому мотиваційно-ціннісний (мотиви, потреби, емоції, ціннісні ставлення), когнітивний (знання, переконання), діяльнісний (дії, уміння, лідерська поведінка) та особистісний (комплекс лідерських якостей, рефлексія, емпатія, емоційний інтелект) компоненти. Цінним здобутком авторки є уточнення таких понять, як «лідер», «компетентність», «професійна компетентність маркетолога», «міждисциплінарна підготовка маркетолога».

До безсумнівних переваг дослідження належить розроблена авторська педагогічна технологія формування лідерської компетентності, що охоплює новітні форми (лекційні, практичні, семінарські та позааудиторні заняття, виробнича практика, науково-дослідна робота), методи (діалогічно-дискусійні, колаборативні, ігрові, тренінгові, ситуаційного навчання) та засоби організації освітнього процесу задля формування лідерської компетентності у процесі міждисциплінарної підготовки, адаптовані до умов дистанційного навчання.

Практичну цінність для професійної підготовки маркетологів має вдосконалення 12 навчальних дисциплін у контексті їх доповнення знаннями й доцільними методами формування лідерської компетентності; авторська дисципліна за вибором «Лідерство у професійній діяльності маркетолога».

Результати дослідження можуть бути використані закладами освіти, неформальними інституціями освіти, які здійснюють підготовку маркетологів та опікуються проблемами лідерства в професійній сфері.

Повнота викладу наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації та в опублікованих працях.

Вивчення джерельної бази (328 найменувань актуальних і сучасних наукових праць і нормативно-правової бази, зокрема 34 – іноземними мовами), яке здійснила авторка, дає підстави стверджувати, що вихідні дані й теоретичні й методологічні основи дисертаційної роботи є ґрунтовними, базуються на аналітичному матеріалі, що спрямовується на дослідження лідерської компетентності як психолого-педагогічного феномену; теорії і практики професійної підготовки майбутніх маркетологів; їх міждисциплінарної підготовки.

Аналіз тексту дисертації О.І. Казакевич вможливив висновок про наукову обґрунтованість і достовірність отриманих авторкою результатів. Цьому, передусім, сприяло застосування комплексу методів наукового дослідження, серед яких найбільш продуктивними виявлено такі: теоретичні (аналіз, систематизація, порівняння, узагальнення та класифікації філософських, психологічних, педагогічних наукових положень, нормативно-правових документів, навчальних програм для з'ясування стану розробленості й понятійно-категоріального апарату досліджуваної проблеми; моделювання для обґрунтування моделі формування та педагогічної технології формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів); емпіричних: (SWOT-аналіз, діагностичні та обсерваційні методики, метод експертних оцінок, педагогічний моніторинг, педагогічний експеримент; методи математичної статистики (критерій Пірсона χ^2 для оцінки статистичної значущості позитивних змін у ході експерименту).

Достовірність отриманих результатів забезпечується чітко визначеним підходом до проведення емпіричного дослідження, спрямованого на дослідно-експериментальну перевірку педагогічної технології формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки, об'єктивністю критеріальної бази (мотиваційно-ціннісний, когнітивний, діяльнісний та особистісний структурно-критеріальні компоненти), формуванням вибірки дослідження на основі квот, валідністю застосованих методів, поєднанням кількісного та якісного аналізу експериментальних даних, обробкою отриманих даних за допомогою методів математичної статистики.

Відмічаємо також достатню апробацію та наукову активність дисертантки, про що свідчить її участь у 7 міжнародних та 5 всеукраїнських науково-практичних конференціях; кількість публікацій авторки (16 наукових праць, одна з яких індексована в наукометричній базі Scopus), зміст яких відображає структурні підрозділи дисертації.

Дотримання академічної доброчесності, відповідність анотації основним положенням дисертації.

Керуючись результатами технічної перевірки на плагіат та якісним аналізом тексту дисертації підтверджуємо, що робота не містить запозичень і компіляцій, є авторським науковим доробком, що характеризується науковою новизною та практичним значенням. Анотація відповідає змісту дисертації.

Дискусійні положення та зауваження до змісту дисертації.

Поряд з усіма безсумнівними перевагами рецензованої дисертації вважаємо за необхідне зробити такі зауваження й надати рекомендації:

1. Віддаючи належне загальній чіткій логіці представленої дисертаційної праці, усе ж таки вважаємо, що назви розділів слід узгодити з формулюванням завдань дослідження. Зокрема, завдання 1 орієнтує на визначення теоретичних засад дослідження, а назва розділу 1 починається зі слів «теоретико-методологічні засади». Аналогічно розділ 2 – «моделювання та експериментальна перевірка», тоді як у завданнях зазначено «обґрунтування». Слід також скоригувати назви розділів та підрозділів із представленим змістом дисертації (є розходження між тими, що по тексту, і тими, що у Змісті).

2. Принагідно слід акцентувати, що робота характеризується ґрунтовними висновками та узагальненнями, у тому числі наприкінці кожного підрозділу. Їх формулювання є чітким, конкретним, несуперечливим. Між тим, представлені в загальних висновках положення є нерівноцінними за обсягом вирішених завдань (наприклад, друга позиція є суттєво меншою за розміром, порівняно з рештою), окрім цього кількість пунктів загальних висновків більша, ніж кількість заявлених завдань дослідження. Можливо варто переглянути формулювання завдань дослідження та узгодити їх зміст та кількість із пунктами загальних висновків.

3. Ґрунтовним надбанням дисертантки вважаємо проведений якісний, кількісний та статистичний аналіз досліджуваних явищ та його графічна інтерпретація. На нашу думку, презентація роботи значно б виграла, якщо б графіки та діаграми містили цифрові показники, а застосовані колірні рішення створювали більший контраст задля відокремлення різних аспектів досліджуваних феноменів.

4. До дискусійних аспектів належить структурування першого розділу дисертації. Як видно, п. 1.1 представлений на 35 сторінках, п. 1.2 – на 19, п. 1.3 – на 35. Вважаємо, що було б логічно перенести опис критеріїв та показників сформованості лідерської компетентності з п. 1.3 до п. 1.2, що також сприяло б збалансованості розділу загалом.

5. Рекомендуємо також наголосити на розробленні теоретичних засад, змісту та сутності міждисциплінарного підходу в описі наукової новизни дослідження. На жаль, цей суттєвий доробок дисертантки не найшов в цьому пункті належного втілення.

Однак, зазначені зауваження не є концептуальними, мають рекомендаційний характер та не впливають на загальну позитивну оцінку дисертаційної роботи.

Висновок про відповідність дисертації вимогам «Порядку присудження наукових ступенів».

Дисертаційна робота О.І. Казакевич «Формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки» за актуальністю, новизною теоретичних результатів, високим рівнем проведених досліджень відповідає вимогам до оформлення дисертацій, затвердженим наказом Міністерства освіти і науки України від 12.01.2017 №40 (із змінами, внесеними згідно з наказом Міністерства освіти і науки України № 759 від 31.05.2019 р.); п. 10 «Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 06 березня 2019 № 167, Постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 року № 44 та «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» (зі змінами, внесеними відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 21 березня 2022 року № 341), а її автор Казакевич Олена Ігорівна заслуговує на присудження наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 015 – Професійна освіта (за спеціалізаціями), 01 – Освіта/Педагогіка.

Рецензент:

професор кафедри інноваційних технологій
з педагогіки, психології та соціальної роботи
ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля»
доктор педагогічних наук, професор

О. О. Лаврентьева

