

ВИСНОВОК

**рецензента, доктора педагогічних наук, професора О.В. Лебідь
про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів
дисертаційної роботи Казакевич Олени Ігорівни
«Формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів в
процесі міждисциплінарної підготовки»,
що представлена на здобуття ступеня доктора філософії
зі спеціальності 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями)**

Актуальність дисертаційної роботи. Завданням сучасних закладів вищої освіти є створення платформи для формування та розвитку професійно підготовлених фахівців, які здатні з одного боку чітко та якісно виконувати функціональні обов'язки, а з іншого – інноваційно мислити, працювати в умовах невизначеності, розуміти значення безперервного професійного саморозвитку, тощо. Крім того, сучасні фахівці будь-якої галузі повинні мати комунікативні навички, вміти долати комунікативні бар'єри, співпрацювати та налагоджувати ділові стосунки з колегами й партнерами, організовувати власну діяльність та діяльність інших для досягнення спільної мети тощо. Все перераховане вище є складовими лідерської компетентності. Саме тому актуальною є проблема формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів в освітньому середовищі закладу вищої освіти.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Можемо зазначити, що дослідження виконано в межах тем «Модернізація професійно-педагогічної освіти в Україні в умовах інтеграції до світового освітнього простору» (державний реєстраційний номер 0112U002287) і «Теоретичні та методичні засади моделювання компетентнісної професійної освіти у контексті євроінтеграції» (державний реєстраційний номер 0117U000784).

Наукова новизна. За результатами дисертаційного дослідження можемо констатувати, що наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше дисертанткою Казакевич Оленою Ігорівною науково обґрунтовано, розроблено та експериментально перевірено педагогічну технологію формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки; визначено етапи впровадження означеної

педагогічної технології у практику університетської освіти: орієнтаційно-мотиваційний, операційний, оцінно-рефлексивний; уточнено понятійно-категоріальний апарат дослідження, структуру лідерської компетентності, критерії та показники сформованості лідерської компетентності; можливості та ризики формування лідерської компетентності в умовах міждисциплінарного навчання в середовищі університету; удосконалено зміст, методи та форми навчання, спрямовані на розвиток компонентів лідерської компетентності майбутніх маркетингологів; набули подальшого розвитку наукові уявлення про сутність, структуру, компоненти, показники й рівні, діагностичний інструментарій лідерської компетентності майбутніх маркетингологів в процесі міждисциплінарної підготовки; практичне втілення та функції лідерської компетентності в професійній діяльності маркетинголога.

Практична значущість роботи полягає в оновленні змісту освітніх компонентів («Вступ до фаху», «Іноземна мова за професійним спрямуванням», «Інформаційні технології», «Маркетингові комунікації», «Поведінка споживача», «Маркетинг інновацій», «Створення і управління власним бізнесом», «Інтерактивний маркетинг», «Психологія управління і конфліктологія», «Історія економіки та економічної думки», «Теорія мотивації», «Паблік рилейшнз»); впровадженні оптимальних форм позааудиторного навчання та самостійної роботи для розвитку лідерської компетентності студентів; оновленні змісту виробничої практики та науково-дослідної роботи бакалаврів з маркетингу; впровадженні пакету діагностичних матеріалів для визначення рівня сформованості лідерської компетентності майбутніх маркетингологів. Зауважимо, що основні положення, висновки та рекомендації, що сформульовані та обґрунтовані в дисертаційному дослідженні Казакевич Олени Ігорівни на тему «Формування лідерської компетентності майбутніх маркетингологів в процесі міждисциплінарної підготовки» можуть бути використані в освітньому процесі університетів, які здійснюють підготовку маркетингологів, зокрема викладачами університетів при розробці освітніх програм, навчально-методичних посібників і рекомендацій

для здобувачів освіти, здобувачами освіти й аспірантами університетів у самоосвітній діяльності.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій.

Наукові положення дисертації, найбільш суттєві результати, що були одержані здобувачкою, достатньою мірою обґрунтовані, відповідають меті та завданням роботи, викладені у загальних висновках та висвітлені в опублікованих працях дисертантки. Ступінь вірогідності отриманих результатів забезпечується достатньою апробаційною базою Казакевич О.І. (результати дослідження, його основні висновки й рекомендації оприлюднені на 7 міжнародних науково-практичних конференціях, 5 всеукраїнських науково-практичних конференціях).

Результати дисертаційної роботи висвітлено у достатній кількості наукових публікаціях (разом 16, 14 – одноосібні), серед яких: 5 – у наукових фахових виданнях України, 1 – у науковому нефаховому виданні України, 1 – у зарубіжному виданні, 1 стаття в науковому виданні, що входить до наукометричної бази Scopus, 8 – у збірниках матеріалів науково-практичних конференцій. Результати дослідження пройшли апробацію у чотирьох закладі вищої освіти.

Достовірність здобутих результатів забезпечується методологічною основою дисертації, яку становлять поєднання теоретичних, емпіричних, і статистичних методів дослідження. Завдяки теоретичним методам дослідження з'ясовано стан розробленості проблеми формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів, визначено та розроблено понятійно-категоріальний апарат дослідження; розроблено та обґрунтовано модель формування лідерської компетентності; узагальнено наявні недоліки сучасної вищої освіти та потенціалу навчання на бакалавріаті для обґрунтування педагогічної технології формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів. Використання емпіричного методу сприяло відстеженню динаміки рівня сформованості лідерської компетентності майбутніх

маркетологів; з'ясуванню ефективності розробленої педагогічної технології формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів в процесі міждисциплінарної підготовки. Статистичні методи дослідження дозволили визначити статистичну значущість отриманих результатів у ході експериментальної роботи.

Методи дослідження були використані комплексно, що забезпечило високий рівень наукової обґрунтованості положень, поданих у дисертації.

Характеристика основних положень роботи. Дисертація складається з анотацій українською, англійською мовами, вступу, двох розділів, висновків до них, загальних висновків, списку використаних джерел (328 найменувань, із них 34 іноземною мовою), 23 додатків на 78 сторінках. Робота містить 21 таблицю, 26 рисунків. Загальний обсяг дисертації – 342 сторінки, із них основного тексту – 212 сторінок.

Ретельний науково-теоретичний аналіз дисертаційної роботи «Формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів в процесі міждисциплінарної підготовки» Казакевич Олени Ігорівни дав змогу виокремити позитивні та значущі аспекти наукового дослідження, що є значним внеском у сучасну педагогічну науку.

У вступі вдало обґрунтовано актуальність обраної теми, визначено мету, завдання, предмет та методи дослідження, розкрито наукову новизну та практичну значущість здобутих результатів, особистий внесок здобувача, подано відомості щодо апробації здобутих результатів та їх впровадження.

У першому розділі виявлено стан розробленості проблеми лідерської компетентності та основні підходи до визначення сутності означеного поняття як міждисциплінарного феномену. Дисертанткою запропоновано авторське визначення понять «лідерська компетентність маркетолога» і «формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів». Початі автором раніше кроки по уточненню сутності лідерської компетентності майбутніх маркетологів дали змогу виокремити її структурні компоненти: мотиваційно-ціннісний (мотиви, потреби, емоції, ціннісні ставлення),

когнітивний (знання, переконання), діяльнісний (дії, уміння, лідерська поведінка) та особистісний (комплекс лідерських якостей, рефлексія, емпатія, емоційний інтелект). О.І. Казакевич також визначено критерії та рівні сформованості лідерської компетентності майбутніх маркетологів, доведено переваги міждисциплінарної підготовки у формуванні лідерської компетентності, здійснено діагностику вихідного рівня сформованості лідерської компетентності майбутніх маркетологів. На констатувальному етапі експерименту, результати якого висвітлено у першому розділі дисертації, авторкою встановлено кількісний та якісний склад учасників експерименту, відібрано контрольну та експериментальну групи, які є рівноцінними за показниками критеріїв, визначено, що більшість студентів мають середній і низький рівень показників, невелика кількість студентів показала високий рівень.

У другому розділі виявлено, теоретично обґрунтовано і експериментально перевірено технологію формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки, під якою О.І. Казакевич розуміє організовану сукупність інтерактивних форм, методів та засобів навчання на основі інтеграції дисциплін, форм контролю та корекції, блоків (цільовий, теоретико-методологічний, організаційно-змістовий, діагностико-результативний), що послідовно впроваджуються в освітній процес ЗВО та забезпечують самореалізацію майбутніх маркетологів у різних видах лідерської діяльності. Послідовно окреслені мета, завдання, гіпотеза, склад учасників, методи і засоби експериментального дослідження, що дало змогу Олені Ігорівні провести ґрунтовний педагогічний експеримент, а методи якісного і кількісного аналізу результатів педагогічних досліджень були доречно використані для доведення вірогідності одержаних результатів. Тривалість, масовість і масштабність педагогічного експерименту, його багатоплановість, різноманітність і цілеспрямованість, ретельність обробки з широким застосуванням статистичних методів дали змогу дослідниці обрати

оптимальний, як на наш погляд, шлях раціонального вирішення поставлених завдань дослідження. Так, у результаті проведеного педагогічного експерименту О.І. Казакевич встановлено, що значно знизилась кількість маркетологів експериментальної групи з низьким рівнем лідерської компетентності та підвищилась кількість студентів із середнім рівнем лідерської компетентності. Також збільшилась кількість студентів, які досягли високого рівня.

Хочемо відзначити, що кожний розділ дисертації має свою наукову значущість, слугує науковим підґрунтям для наступного розділу, у результаті об'єднання всіх розділів сформульовано цілісне та системне бачення розвитку навичок професійного спілкування викладачів коледжу мистецького спрямування в умовах методичної роботи.

Повнота викладення матеріалів дисертації у роботах, які опубліковані автором. Апробація результатів дисертаційного дослідження здійснювалася на науково-практичних конференціях різного рівня. Основні наукові положення дисертаційного дослідження Казакевич Олени Ігорівни, висновки та рекомендації у необхідній кількості представлено у друкованих працях: 16 публікацій, серед них 5 – у наукових фахових виданнях України, 1 – у науковому нефаховому виданні України, 1 – у зарубіжному виданні, 1 стаття в науковому виданні, що входить до наукометричної бази Scopus, 8 – у збірниках матеріалів науково-практичних конференцій.

Зазначене вище дозволяє стверджувати, що представлена дисертаційна робота є самостійним, завершеним науковим дослідженням, результати якого мають значення для розвитку теорії та методики професійної освіти України.

Дотримання академічної доброчесності, відповідність анотації основним положенням дисертації. Експертиза тексту дисертаційного дослідження та його результатів (висновків, пропозицій та рекомендацій) дає підстави стверджувати, що О.І. Казакевич було дотримано загальних вимог та вимог академічної доброчесності. Дисертанткою відповідним чином оформлені посилання на літературні джерела. Анотація поданого

дисертаційного дослідження є чіткою характеристикою роботи, відображає мету та новизну наукової праці. Зміст анотації не містить інформацію, яка була б відсутня у тексті дисертації.

Дискусійні положення та зауваження до змісту дисертації. Позитивно оцінюючи наукове і практичне значення здобутих дисертанткою результатів загалом, вважаємо за доцільне висловити деякі дискусійні положення, а також окремі побажання:

1. У дисертаційному дослідженні аналізуються наукові праці деяких зарубіжних авторів, таких, як Дж. Коттер, Р. Ділтс, Е. Діринг, Дж. Рассел та ін. Проте цілісного уявлення про використання зарубіжного досвіду для вирішення досліджуваного питання не складається. Враховуючи інтеграцію вітчизняної освітньої системи в Європейський простір, було б доцільно поставити дослідницьку задачу і виокремити спеціальний підрозділ у дисертації, присвячений зарубіжному досвіду з формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів.

2. На нашу думку, дослідження тільки б виграло, якби дисертантка проаналізувала сучасний стан та особливості формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки в українських закладах вищої освіти, які здійснюють підготовку здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг».

3. У структурі лідерської компетентності майбутнього маркетолога (рис. 1.2) бажано було б конкретизувати зміст мотиваційно-ціннісного і діяльнісного компонентів.

4. Розглядаючи наукові підходи до формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів, авторка, на нашу думку, залишила поза увагою міждисциплінарний підхід, обґрунтування якого є доцільним, оскільки зазначений підхід розкриває особливості формування означеної компетентності в процесі міждисциплінарної підготовки.

Зазначені нами міркування та побажання не завадили загальному позитивному сприйняттю даної дисертації та мають характер рекомендацій. Представлена дисертаційна робота є самостійним завершеним дослідженням, сформульовані у ній положення, результати та висновки становлять наукову і практичну цінність.

Висновок про відповідність дисертації вимогам «Порядку присудження наукових ступенів». Дисертаційна робота О.І. Казакевич на тему «Формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів в 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 р. № 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 р. № 167, Постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 р. № 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 р. № 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:

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

Ольга ЛЕБІДЬ

