

ВІДГУК

офіційного опонента доктора педагогічних наук, доцента, в.о. завідувачки кафедри управління та адміністрування Державного вищого навчального закладу «Донбаський державний педагогічний університет» Гончар Любов Вікторівни на дисертацію Казакевич Олени Ігорівни на тему: «Формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки», представлену на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 015 «Професійна освіта (за спеціалізаціями)» галузі знань 01 «Освіта / Педагогіка»

Актуальність теми виконаної роботи. У сучасних умовах розвитку національної освіти, її інтеграційне спрямування у світові освітні процеси особливої уваги набуває питання формування високоякісного фахівця, здатного швидко і мобільно реагувати на зміни, мати здатність постійно підвищувати свій професійний рівень та бути конкурентоспроможним на ринку праці.

У цьому контексті особливої актуальності набуває дисертаційне дослідження Казакевич Олени Ігорівни, яке присвячено проблемі формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки.

Актуальність і значимість даної проблеми посилюється також у зв'язку з тим, що нормативні вимоги, які обумовлюють підготовку майбутніх маркетологів, зводяться до компетенцій і результатів навчання, що лише частково пов'язані з лідерськими компонентами, які мають бути сформовані у майбутніх фахівців. Тому не викликає жодного сумніву нагальність завдань, які ставляться і розв'язуються у ході рецензованого дисертаційного дослідження.

Найбільш істотні наукові результати роботи. Ґрунтовний аналіз наукових джерел допоміг дисертантці визначити стан теоретичної розробленості проблеми формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки та виявити цінну інформацію для здійснення наукового дослідження. Критично розглянувши

наукові напрацювання з проблеми дослідження, здійснивши аналіз її практичного стану, авторка об'єктивно визначає головні суперечності (між потребою суспільства в конкурентоспроможних і компетентних бакалаврах з маркетингу і недостатнім рівнем розвитку їхньої лідерської компетентності; між потенціалом міждисциплінарної підготовки як тренду сучасної вищої освіти для компетентнісного розвитку студентів та недостатнім рівнем її реалізації в закладах вищої освіти; між необхідністю практичного вирішення проблеми формування лідерської компетентності майбутніх бакалаврів з маркетингу та відсутністю відповідної педагогічної технології, що забезпечує її формування) які остаточно утвердили її у виборі теми дисертаційної роботи.

Дисертанткою досить чітко та логічно визначено науковий апарат дисертації: об'єкт і предмет, сформульовано мету та завдання дослідження, обґрунтовано доцільність використання конкретних методів дослідження.

Мета дослідження, як передбачення кінцевого результату, відображає його основні здобутки у вигляді теоретичного обґрунтування та експериментальній перевірці педагогічної технології формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки. Завдання, визначені в дисертації, повністю відображають спрямованість наукового пошуку, конкретні проміжні результати та послідовність їх здобуття.

Наукова новизна представленого до захисту дослідження О. І. Казакевич визначається тим, що вперше: науково обґрунтовано, розроблено та експериментально перевірено педагогічну технологію формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки; що подано у вигляді чотирьох блоків: цільового, теоретико-методологічного, організаційно-змістового та діагностико-результативного, визначено етапи впровадження педагогічної технології формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у практику університетської освіти: орієнтаційно-мотиваційний, операційний,

оцінно-рефлексивний, у межах зазначених етапів подано відповідні форми, методи та засоби організації освітнього процесу задля формування лідерської компетентності у процесі міждисциплінарної підготовки; уточнено понятійно-категоріальний апарат дослідження, зокрема: визначення «лідер», «лідерство», «компетентність», «лідерська компетентність», «професійна компетентність», «лідерська компетентність маркетолога», «формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів», «міждисциплінарна підготовка», «педагогічна технологія формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів в процесі міждисциплінарної підготовки»; структуру лідерської компетентності: 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; критерії та показники сформованості лідерської компетентності; можливості та ризики формування лідерської компетентності в умовах міждисциплінарного навчання в середовищі університету; удосконалено зміст, методи (діалогічно-дискусійні, колаборативні, ігрові, тренінгові, ситуаційного навчання) та форми навчання (лекційні, практичні та семінарські заняття, позааудиторні заняття, виробнича практика, науково-дослідна робота), спрямовані на розвиток мотиваційно-ціннісного, когнітивного, діяльнісного, особистісного компонентів лідерської компетентності майбутніх маркетологів.

Аналізуючи дослідження О. І. Казакевич, необхідно зазначити, що теоретичний розділ дисертації має ґрунтовний характер, містить вагомий інформаційний та аналітичний матеріал. Відзначимо, що при написанні дослідницької роботи опрацьовано значний масив наукової літератури, зокрема з таких галузей, як філософія, психологія, педагогіка, економіка досліджено також європейські та національні нормативно-правові освітні документи підготовки маркетологів та навчально-методичне забезпечення формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки.

Важливо, що дисертантка, висвітливши в першому розділі загальні теоретичні засади формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки, заклала у такий спосіб надійний методологічний фундамент для подальшого викладення матеріалу. Аналітико-пошукова робота дозволила здобувачці здійснити авторське формулювання поняття «лідерська компетентність маркетолога», воно змістовне, чітке й повною мірою розкриває сутність досліджуваного феномена, зроблено на основі ґрунтовного аналізу визначень інших науковців.

Також, заслуговують на увагу дослідження дисертанткою процесів професійного становлення майбутніх маркетологів та формування у них лідерської компетентності. Авторкою виділено головні умови професійного становлення майбутніх маркетологів, серед яких відповідний міждисциплінарний синтез професійних та загальноосвітніх дисциплін, висока компетентність професорсько-викладацького складу, активна творча діяльність здобувачів освіти, креативність та ін. Визначено переваги міждисциплінарної підготовки як засобу формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів: всебічний розгляд досліджуваної проблеми, здатність до розкриття творчого потенціалу здобувачів та підсилення мотивації до навчання завдяки використанню інноваційних форм, методів та засобів навчання тощо.

До позитивних результатів дослідження відносимо виокремлення та обґрунтування О. І. Казакевич структурних компонентів лідерської компетентності майбутніх маркетологів, зокрема: мотиваційно-ціннісний, когнітивний, діяльнісний та особистісний, що стали базою для розробки методики її формування. Дисертанткою встановлено, що високий рівень розвитку кожного із зазначених компонентів відповідно забезпечує високий рівень сформованості лідерської компетентності.

О.І. Казакевич здійснено узагальнення й наведено нове вирішення наукової проблеми формування лідерської компетентності майбутніх

маркетологів як складової процесу професійної підготовки фахівців з маркетингу шляхом впровадження педагогічної технології формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки.

За результатами аналізу наукових робіт схарактеризовано педагогічну технологію формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки як організовану сукупність форм, методів, та засобів навчання на основі інтеграції дисциплін, форм контролю та корекції, блоків (цільовий, теоретико-методологічний, організаційно-змістовий, який складається з орієнтаційно-мотиваційного, операційного, рефлексивно-аналітичного етапів, діагностико-результативний), що послідовно впроваджуються в освітній процес ЗВО та забезпечують самореалізацію майбутніх маркетологів у різних видах лідерської діяльності.

Вважаємо, що високої оцінки заслуговують обґрунтовані методи, форми та засоби навчання з використанням міждисциплінарних зв'язків, а також форми позааудиторної діяльності, самостійної роботи, виробничої практики та науково-дослідної роботи, що забезпечують успішну реалізацію педагогічної технології формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки.

На нашу думку, до суттєвих позитивів дисертаційного дослідження варто віднести експериментальну перевірку педагогічної технології формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки. Результати дослідно-експериментальної перевірки педагогічної технології демонструють чітку позитивну динаміку змін, що відбулися у рівнях сформованості лідерської компетентності майбутніх маркетологів.

Логічний виклад змісту роботи, який базується на вмінні аналізувати, синтезувати, узагальнювати науковий матеріал, надав змогу О.І. Казакевич сформулювати виважені висновки. Вони є достатньо обґрунтованими, що забезпечується впровадженням педагогічної технології формування

лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки; використанням доцільного комплексу дослідницьких методів, адекватних меті та завданням наукової розвідки, а також опрацюванням значного масиву джерельної бази, яка налічує 328 найменувань, в тому числі 34 іноземною мовою.

Практичне значення отриманих наукових результатів. До переваг роботи Олени Ігорівни Казакевич, що засвідчує високу якість проведеного дослідження, можна віднести його безсумнівне практичне значення, що аргументовано оновленням 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» у контексті доповнення теоретичними знаннями щодо лідерської компетентності; оптимізацією форм позааудиторного навчання та самостійної роботи для розвитку лідерської компетентності студентів; оновленням змісту виробничої практики та науково-дослідної роботи бакалаврів з маркетингу з метою актуалізації проблеми формування лідерської компетентності; розробленням дисципліни за вибором «Лідерство у професійній діяльності маркетолога», що спрямована на формування та розвиток практичних умінь щодо лідерської компетентності майбутніх маркетологів; підбором та адаптацією пакету діагностичних матеріалів для визначення рівня сформованості лідерської компетентності майбутніх маркетологів; здійсненням адаптації форм, методів та засобів навчання для реалізації авторської педагогічної технології в умовах дистанційної освіти.

Визначаючи практичну значущість отриманих дисертанткою результатів, зазначимо, що їх упроваджено в освітній процес ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля» (довідка № 121/3 від 12.05.2022 р.), ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима

Гетьмана» (довідка № 1/05 від 12.05.2022 р.), «Дніпровський державний аграрно-економічний університет» (довідка № 44-11-292 від 2.05.2022 р.), «Класичний приватний університет» (довідка № 15/2 від 18.05.2022 р.).

Оцінка змісту дисертації та її завершеність. Представлена дисертація є самостійним, завершеним науковим дослідженням, результати якого мають важливе теоретико-методологічне і практичне значення для теорії і методики професійної освіти, бо залишають за собою добре апробований, експериментально перевірений потужний інструментарій формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки.

Повнота викладення результатів дослідження в опублікованих працях. Основні теоретичні положення та висновки дисертаційної роботи висвітлено загалом у 16 наукових публікаціях (14 – одноосібні), серед яких: 5 – у наукових фахових виданнях України, 1 – у науковому нефарховому виданні України, 1 – у зарубіжному виданні, 1 стаття в науковому виданні, що входить до наукометричної бази Scopus, 8 – у збірниках матеріалів науково-практичних конференцій.

Дискусійні положення та зауваження до змісту дисертаційної праці. Загалом позитивно оцінюючи представлене дисертаційне дослідження О. І. Казакевич, вважаємо за необхідне висловити деякі зауваження:

1) На наш погляд, важливо було б встановити, які саме форми та методи роботи зі здобувачами освіти виявилися найбільш ефективними для реалізації мети дослідження.

2) У першому розділі дисертаційного дослідження частково представлено зарубіжний досвід щодо важливості запровадження міждисциплінарного підходу у практику підготовки майбутніх маркетологів, однак вважаємо, що зміст дослідження значно б покращився за умови ширшого висвітлення досвіду використання міждисциплінарного підходу в різних країнах світу у порівнянні з Україною.

3) Враховуючи актуально перспективний характер і практичну значущість проведеного наукового дослідження доцільно було б розробити науково-методичні рекомендації для закладів вищої освіти щодо формування лідерської компетентності майбутніх маркетингологів у процесі міждисциплінарної підготовки.

4) Потребує пояснення як саме у процесі формування лідерської компетентності було організовано індивідуальні та групові консультації здобувачів освіти.

5) Цікавим видається організація навчальних тренінгів «Професійна взаємодія маркетинголога», «Самоменеджмент маркетинголога», «Мистецтво ведення переговорів». Уважаємо, що візуалізація змісту означених заходів у додатках додала б завершеності проведеною авторкою роботи.

Разом з тим, зазначені зауваження мають рекомендаційний характер та в цілому не впливають на загальну позитивну оцінку дисертаційного дослідження.

Загальний висновок. Аналіз дисертації, опублікованих праць дає підстави для висновку про те, що дослідження Казакевич Олени Ігорівни «Формування лідерської компетентності майбутніх маркетингологів у процесі міждисциплінарної підготовки», є завершеною, самостійно виконаною науковою працею, заслуговує позитивної оцінки, 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 року № 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.

Опонент: доктор педагогічних наук, доцент,
в.о. завідувачки кафедри управління
та адміністрування
ДВНЗ «Донбаський державний
педагогічний університет»



Л. В. Гончар

Підпис Гончар Л.В. та свідчу.

Наголосник віддано



Світ Е.С. Сміч