

ВІДГУК

**офіційного опонента доктора педагогічних наук Лебедик Лесі Вікторівни
про дисертацію Казакевич Олени Ігорівни «ФОРМУВАННЯ ЛІДЕРСЬКОЇ
КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ МАРКЕТОЛОГІВ У ПРОЦЕСІ
МІЖДИСЦИПЛІНАРНОЇ ПІДГОТОВКИ»,**

подану на здобуття наукового ступеня

доктора філософії зі спеціальності 015 – Професійна освіта

(за спеціалізаціями), 01 – Освіта/Педагогіка

Стрімкі перетворення у сучасному суспільстві, необхідність працювати у нестабільних умовах зумовлюють необхідність змін у підготовці майбутніх маркетологів, завдання якої на сьогодні досить ускладнились у відповідь на сучасні вимоги до випускників програми «Маркетинг». Конкурентоспроможні фахівці-маркетологи повинні не лише мати знання у межах своєї кваліфікації, але й швидко й ефективно 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; бути творчим, мислити критично та реагувати на зміни; самостійно здобувати знання тощо. Набуття цих компетенцій забезпечує лідерська компетентність, яка є метакомпетентністю, універсальним утворенням, що лежить в основі формування інших компетентностей і компетенцій. Це підтверджують низка програмних документів Європейського союзу: «Ключові компетентності для навчання впродовж життя» («Council Recommendation of 22 May 2018 on key competences for lifelong learning»), стратегії «Європа – 2020», «Болонські домовленості як правове й організаційне підґрунтя інноваційного розвитку освіти». Разом із тим, як слушно зауважує авторка дослідження, формування лідерської компетентності у майбутніх маркетологів повинно відрізнятися широким міждисциплінарним підходом і фокусуванням на завданнях сталого розвитку, тобто контекстом інтеграції економічних, соціальних та педагогічних цілей.

У цьому контексті дисертаційна робота О.І. Казакевич є особливо актуальною, адже в ній з погляду науково-теоретичних і практичних пошуків науково обгрунтовано, розроблено та експериментально перевірено педагогічну технологію формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки.

Дисертація відповідає основним напрямам досліджень науково-дослідної лабораторії інноваційних методів навчання і кафедри інноваційних технологій з педагогіки, психології та соціальної роботи Університету імені Альфреда Нобеля, проведених у межах комплексних наукових 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 0717U004331). Тему затверджено вченою радою Університету імені Альфреда Нобеля (протокол № 8 від 19.12.2019 р.).

Структура роботи є логічною й адекватно відображає траєкторію руху теоретико-експериментального дослідження. Основний зміст дисертаційної роботи свідчить про широку ерудицію здобувачки, її здатність до системного охоплення різних аспектів досліджуваних педагогічних явищ і процесів, критичність і креативність професійного мислення.

Викликає інтерес проведений аналіз стану досліджуваної проблеми в педагогічній теорії та практиці. Залучення широкої вітчизняної та зарубіжної теоретичної бази досліджень проблеми лідерства дозволило авторці дисертаційної роботи ґрунтовно висвітлити теоретичні та методологічні засади дослідження, сформулювати його вихідні положення. Мета та завдання, об'єкт та предмет дослідження визначені прозоро.

Дисертаційна робота Казакевич Олени Ігорівни містить нові наукові положення, а сформульовані завдання дослідження (визначити теоретичні засади формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки; здійснити компонентно-структурний

аналіз лідерської компетентності майбутніх маркетологів; визначити критерії і показники та діагностувати вихідний рівень сформованості лідерської компетентності майбутніх маркетологів; обґрунтувати та розробити педагогічну технологію формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки та навчально-методичне забезпечення для її реалізації; експериментально перевірити та оцінити ефективність розробленої педагогічної технології формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки) конкретизують шляхи і методи її досягнення.

Виділимо наукову позицію О.І. Казакевич, яка обґрунтовує провідні тенденції покращення фахової підготовки майбутніх маркетологів у контексті проблематики дослідження: формування лідерської компетентності базується на педагогічній технології, яка в свою чергу ґрунтується на поєднанні суб'єкт-суб'єктної, міждисциплінарної та професійно зорієнтованої технологій навчання, в основу якої закладено оновлення змісту низки фахових навчальних дисциплін, розробку навчальної дисципліни за вибором, використання форм, методів та засобів навчання, які максимально наближені до їхньої майбутньої професійної діяльності, поза аудиторне навчання, виробничу практику, науково-дослідну роботу студентів, самостійну роботу в умовах всебічної психолого-педагогічної підтримки та створення сприятливої для навчання атмосфери.

Заслуговує на схвалення уважне ставлення дисертантки до понятійно-термінологічного апарату дослідження. Так, авторка на основі аналізу педагогічних досліджень розкриває поняття «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».

Характеризуючи наукову новизну виконаного дослідження, слід

відзначити, що дослідницею уперше науково обґрунтовано, розроблено та експериментально перевірено педагогічну технологію формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки; 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; набули подальшого розвитку наукові уявлення про сутність, структуру, компоненти, показники й рівні, діагностичний інструментарій лідерської компетентності майбутніх маркетологів в процесі міждисциплінарної підготовки; практичне втілення та

функції лідерської компетентності в професійній діяльності маркетолога.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в їхній достатній готовності до впровадження в освітній процес закладів вищої освіти, що здійснюють фахову підготовку майбутніх маркетологів. Зокрема, оновлено зміст 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; підібрані оптимальні форми позааудиторного навчання та самостійної роботи для розвитку лідерської компетентності студентів; оновлено зміст виробничої практики та науково-дослідної роботи бакалаврів з маркетингу з метою актуалізації проблеми формування лідерської компетентності; розроблено дисципліну за вибором «Лідерство у професійній діяльності маркетолога», що спрямована на формування та розвиток практичних умінь щодо лідерської компетентності майбутніх маркетологів; підібрано та адаптовано пакет діагностичних матеріалів для визначення рівня сформованості лідерської компетентності майбутніх маркетологів; здійснена адаптація форм, методів та засобів навчання для реалізації авторської педагогічної технології в умовах дистанційної освіти.

Виділимо ще низку переваг дослідження.

По-перше, в опонованій дисертації здійснено ретроспективний аналіз становлення та розвитку феномену лідерства.

По-друге, авторкою розглянуто функції та відповідні професійні компетенції маркетолога, які вимагають сформованої лідерської компетентності.

По-третьє, О.І. Казакевич окреслила необхідність застосування міждисциплінарного підходу у формуванні лідерської компетентності майбутніх маркетологів та основні переваги міждисциплінарної підготовки.

В четверте, заслуговують на схвалення потужний навчально-методичний матеріал, поданий в додатках до дисертації: розробки тренінгів, кейсів, вправи, робоча програма навчальної дисципліни «Лідерство у професійній діяльності маркетолога», діагностичний інструментарій, тощо.

Справляє позитивне враження сформована автором джерельна база, яка відзначається різноманітністю і достатньою структурною повнотою. Вона включає 328 найменувань, із них 34 іноземною мовою.

Матеріали, подані в 23 додатках на 78 сторінках, загалом сприяють повноті сприймання основного тексту.

Експериментальні матеріали **впроваджено** в освітній процес чотирьох ЗВО, про що свідчать відповідні довідки. Це відображає також і перспективи подальшого поширення отриманих результатів дослідження в освітянській практиці України.

Аналіз публікацій О.І. Казакевич засвідчив їхню відповідність (кількісну і якісну) вимогам щодо оприлюднення результатів дисертаційного дослідження. Основні наукові положення й результати висвітлено в 16 науково-методичних працях автора (14 – одноосібні), з 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 публікаціях апробаційного характеру.

Основні положення і результати дисертаційної роботи доповідались і обговорювались на 8 міжнародних і всеукраїнських конференціях.

Зазначене дає підстави класифікувати дисертаційне дослідження Казакевич Олени Ігорівни як завершене теоретико-експериментальне дослідження, що містить нові наукові положення, має вагоме теоретичне та практичне значення. Позитивно оцінюючи значення результатів дослідження Казакевич О.І., вважаємо за доцільне зазначити окремі дискусійні положення роботи, зауваження та побажання щодо майбутніх перспектив її розвитку:

1. Визначено суперечності, які вказують на доцільність дослідження окресленої проблеми; вважаємо, що у роботі варто було б вказати, чи вдалося авторці запропонувати вирішення означених суперечностей.

2. Із тексту дисертації не зовсім зрозуміло, що саме стало підґрунтям для оновлення певних навчальних дисциплін з метою формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів.

3. Потребує уточнення як саме відбувався розподіл між етапами організаційно-змістового блоку педагогічної технології для тих студентів, які не досить сумлінно ставляться до освітнього процесу, особливо в умовах соціального дистанціювання.

4. Варто уточнити, як саме попередньо проведене опитування здобувачів освіти, викладачів, кураторів академічних груп, випускників спеціальності «Маркетинг» вплинуло на розроблення педагогічної технології. Що саме вдалося врахувати?

5. На наш погляд варто було б навести приклади завдань для формування лідерської компетентності, які використовувалися під час дистанційного навчання.

Проте висловлені зауваження мають дискусійний характер і не впливають на загальне позитивне враження щодо дисертаційної роботи.

Результати проведеного дослідження дають підставу вважати, що визначені завдання реалізовано, мету досягнуто, сукупність отриманих наукових положень має важливе значення для теорії і практики професійної освіти.

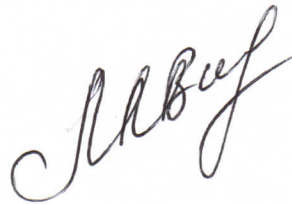
Аналіз дисертації, опублікованих праць дає підстави для висновку про те, що дослідження Казакевич Олени Ігорівни «Формування лідерської компетентності майбутніх маркетологів у процесі міждисциплінарної підготовки», є завершеною, самостійно виконаною науковою працею, заслуговує позитивної оцінки, відповідає вимогам до оформлення дисертацій, затвердженим наказом Міністерства освіти і науки України від 12.01.2017 №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.

Офіційний опонент:

доктор педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри мистецтвознавства
та позашкільної освіти

Полтавського національного
педагогічного університету
імені В. Г. Короленка



Л. В. Лебедик

