

## **ВІДГУК**

офіційного опонента **Бондар Наталії Дмитрівни**

на дисертацію **Белкіна Ігоря Володимировича**

на тему **«Педагогічні умови використання ділових ігор у професійній**

**підготовці менеджерів маркетингових комунікацій**

**у вищих навчальних закладах»,**

поданої до захисту на здобуття наукового ступеня

кандидата педагогічних наук

за спеціальністю 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти.

Актуальність дослідження зумовлена соціально-економічними перетвореннями в Україні, а саме: входженням в Євросоюз, розвитком інформаційних і комунікаційних технологій, зростанням обсягів загальної та спеціалізованої економічної інформації тощо. В умовах значної конкуренції на ринку праці усе більшого значення набуває проблема якості підготовки майбутніх фахівців – менеджерів маркетингових комунікацій, які мають високий рівень професійної підготовки та здатні до самостійного розв'язання проблем, виникаючих в процесі роботи. Це спонукає до підготовки компетентних кадрів, які володіють широким діапазоном знань і вмінь, високою професійною культурою і відповідним професійним мисленням. На думку працедавців, наявні підходи до організації навчання майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій не забезпечують необхідного рівня їхньої компетентності. Виходячи з цього, цільовим орієнтиром є підготовка компетентного фахівця, здатного ефективно працювати в умовах конкуренції, який повинен мати високий рівень готовності до професійної діяльності, до прийняття рішень в організації маркетингової діяльності, до ефективного спілкування зі споживачами, до застосування інноваційних технологій у сфері маркетингу й менеджменту.

Дисертант виконав свою роботу відповідно до плану науково-дослідних робіт Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету за темою: «Методика використання

ділових ігор для розвитку творчих здібностей майбутніх фахівців економічного профілю».

Науковий апарат дослідження чітко збалансований.

Об'єктом дослідження є професійна підготовка майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій у ВНЗ економічного спрямування, що вказує, по-перше, на загальну проблему, в ракурсі якої проведене дослідження, а, по-друге, спрямовує його на теорію та методику професійної освіти, за спеціальністю якої відбувається захист дисертації.

Предмет дослідження адекватно представлений у змісті дисертаційної роботи з означеними рамками об'єкта дослідження, що надає йому чіткості у визначенні структури та етапів науково-пошукової діяльності дисертанта.

Мета дослідження, як передбачення кінцевого результату, відображає його основні надбання у вигляді апробації закордонного досвіду в вищих навчальних закладах економічного профілю в Україні.

Завдання дослідження дають повне уявлення про спрямованість наукового пошуку на конкретні проміжні результати та послідовність їх отримання.

Наукова новизна дисертаційної роботи безперечна, автором вперше: визначено й теоретично обґрунтовано педагогічні умови (модернізація змісту навчання майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій із урахуванням актуальних потреб професійної підготовки сучасних фахівців із використанням ігрових технологій; реалізація комунікаційного комфорту студентів у професійній підготовці менеджерів маркетингових комунікацій в ігровому середовищі; застосування ділових ігор як методу інтерактивного навчання студентів у реальній виробничій комунікації); розроблено модель формування готовності до професійної діяльності менеджерів маркетингових комунікацій із застосуванням ділових ігор, що відображає взаємозв'язки між її складниками: метою, принципами, етапами, засобами, педагогічними умовами підготовки майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій, критеріями, компонентами, показниками та рівнями готовності студентів, що підтверджені результатами проведеного експериментального дослідження; удосконалено методику застосування ділових

ігор у процесі формування готовності до професійної діяльності майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій; подальшого розвитку набула організація навчально-пізнавальної діяльності студентів з урахуванням особливостей професійної підготовки майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій із метою професійної самореалізації на засадах ігрових технологій в процесі вивчення професійно-спрямованих дисциплін

Теоретико-методологічна основа дослідження проблеми формування готовності менеджерів маркетингових комунікацій до професійної діяльності ґрунтується на фундаментальних положеннях теорії пізнання, професійного навчання та розвитку особистості; концептуальних положеннях філософії, психології, педагогіки, економіки, маркетингу; загальнонаукових принципах організації навчально-виховного процесу у вищій школі; принципах особистісно орієнтованого, системного, інтерактивного навчання; положеннях діалектики про загальний зв'язок, взаємозумовленість і цілісність явищ реального світу; про єдність теорії і практики; про єдність емпіричного й теоретичного в науковому дослідженні.

У першому розділі дисертації – «Використання ділових ігор у підготовці майбутнього менеджера маркетингових комунікацій як наукова проблема» – дисертантом здійснено аналіз характерних сучасних умов підготовки менеджерів маркетингових комунікацій; визначено питання формування професійної компетентності менеджерів маркетингових комунікацій; схарактеризовано роль і місце ділової гри в підготовці майбутніх фахівців економічних ВНЗ.

Цікавим є вивчення досвіду менеджмент-освіти зарубіжних шкіл управління Америки, Англії, Франції, Японії де процес підготовки менеджерів розглядається як стратегічне завдання, а одним з показників надійності школи є її участь в Американській асоціації університетських шкіл бізнесу.

Нам імponує авторська думка щодо визначення ділової гри, як методу навчання професійної діяльності шляхом її моделювання, близького до реальних умов, із обов'язковим динамічним розвитком ситуації, завданням чи проблеми, яку варто розв'язати відповідно до характеру ухвал і дій її учасників. Це

педагогічний метод, в процесі якого студенти – учасники гри діють як суб'єкти, наділені певними повноваженнями для того, щоб зрозуміти реальні або гіпотетичні проблеми в міжлюдських стосунках або в інших сферах, розвинути свої рефлексії, перцептивні, емпатійні якості.

Автором досліджений вітчизняний і закордонний досвід, що дає змогу зробити висновок, що ділова гра стає інтенсивним засобом підвищення результативності навчання й самостійної роботи студентів, не внаслідок збільшення обсягу інформації, що опрацьовується, а завдячуючи глибині та швидкості її опрацювання.

Дисертантом створена і апробована модель формування готовності майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій до професійної діяльності, яка має достатньо окреслені ознаки наукової новизни й складається з таких основних елементів-блоків як: організаційно-цільовий; організаційно-управлінський; змістовно-технологічний; критерійно-оцінний. Зазначимо, що саму модель можна характеризувати як продуманий, математично довершений алгоритм, який дав змогу автору «організувати» увесь процес дослідження й у такому ж вигляді представити цей процес і його результати в роботі.

У дослідженні представлено багато напрацювань автора, які становлять цінність відповідно до спеціальності захисту дисертації 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти не лише у сфері маркетингу та менеджменту, але й професійної підготовки фахівців у вищому навчальному закладі загалом. Йдеться про структуру, етапи проведення ділової гри (вступ, розподіл студентів на групи, занурення в гру, вивчення і аналіз ситуації або проблеми тощо); модель готовності менеджерів маркетингових комунікацій до професійної діяльності (с. 57); виділення основних педагогічних засобів (створення спеціального ігрового (комунікативного) поля, формування позитивної ігрової мотивації студентів, налагодження систему зворотного зв'язку між учасниками ділової гри); модель ділової гри (табл. 2.1, с. 125) тощо.

У межах реалізації першої педагогічної умови – модернізація змісту навчання майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій із урахуванням актуальних

потреб професійної підготовки сучасних фахівців із використанням ігрових технологій – автором було розроблено й успішно застосовано комплекс ділових ігор, що мають яскраво виражений квазіпрофесійний характер: «Мозковий штурм» – основа управління рішенням», «Зона комфортності», «Персонал управління комерційної фірми», «Підбір і розставляння персоналу управління», «Матеріальна мотивація працівника фірми», «Новий керівник» та ін.

Логічне завершення дослідження отримало в третьому розділі роботи «Експериментальна перевірка ефективності педагогічних умов використання ділових ігор у професійній підготовці менеджерів маркетингових комунікацій». Діагностику рівня розвитку готовності до професійної діяльності майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій проведено за особистісним, когнітивним й діяльнісно-інструментальним критеріями. У роботі доведено, що під впливом використання педагогічних умов та запропонованої автором методики майбутні менеджери маркетингових комунікацій набувають більш високого рівня розвитку готовності до професійної діяльності.

Результати педагогічного експерименту, впровадження запропонованих Белкіним І. В. методик у навчально-виховний процес ВНЗ України (Донецького національного університету, Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького, Вінницької філії Приватного вищого навчального закладу «Університет Сучасних Знань», Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка), дають підстави стверджувати, що завдання наукового пошуку вирішені, мета дослідження досягнута.

Практична цінність проведеного дослідження полягає в: створенні й експериментальній перевірці системи ділових ігор з профільних дисциплін підготовки майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій із використанням ігрових технологій; у розробленні діагностичних матеріалів щодо визначення сформованості професійної компетентності майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій; у написанні навчального посібника «Ділові ігри в підготовці майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій»; укладанні методичних рекомендацій із розроблення і впровадження ділових ігор в професійну підготовку

майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій «Ділова гра як засіб формування професійних навичок і функцій фахівців – майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій».

Структурна побудова, зміст, результати роботи, висновки, що викладені в авторефераті, відповідають і відображають основні положення дисертації.

Разом з тим, робота не позбавлена певних недоліків, у зв'язку з чим висловимо деякі пропозиції та побажання:

1. На нашу думку, одним із поставлених завдань дослідження мало б бути розроблення критеріїв, показників і рівнів оцінювання розвитку готовності менеджерів маркетингових комунікацій до професійної діяльності, оскільки в роботі все це описано, в той час як 5 завдання (укласти методичні рекомендації...) краще було б забрати.

2. Доцільно було б вказати, які саме експерти брали участь у проведенні експерименту, оскільки у методах дослідження вказано, що одним з емпіричних методів було інтерв'ювання викладачів і студентів, в той час зазначається, що у дослідно-експериментальній роботі були задіяні 469 студентів.

3. В дисертації мова йдеться про професійну підготовку, професійну компетентність фахівця – менеджера маркетингових комунікацій, в структурі професійної компетентності є мотиваційний компонент, але в роботі (с. 64) мотивація розглянута як показник особистісного критерія. Вважаємо, що краще було б мотиваційну частину зробити окремим критерієм визначення готовності до професійної діяльності. Також на сторінці 96 описується формування позитивної ігрової мотивації в процесі вивчення профільних дисциплін. На нашу думку, формування позитивної ігрової мотивації краще було б винести як окрему педагогічну умову.

4. Висновки до розділів бажано було б конкретизувати та узагальнити – що було зроблено в кожному підрозділі.

5. Робота написана грамотною українською мовою, однак, автор іноді припускається стилістичних і лексичних помилок при оформленні окремих речень.

Вище вказані недоліки не знижують високої якості дослідження та не впливають на головні теоретичні й практичні результати дисертації.

Отже, дисертаційна робота Белкіна Ігоря Володимировича є завершеною, самостійно виконаною науковою працею, що має вагомое теоретичне і практичне значення. На підставі виконаних досліджень і розробок автором отримані нові науково обґрунтовані результати, що стосуються формування готовності менеджерів маркетингових комунікацій до професійної діяльності із застосуванням ділових ігор.

Дисертаційне дослідження «Педагогічні умови використання ділових ігор у професійній підготовці менеджерів маркетингових комунікацій у вищих навчальних закладах» заслуговує позитивної оцінки, відповідає вимогам «Порядку присудження наукових ступенів», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 567 від 24.07.2013 р. (зі змінами, внесеними згідно з постановою Кабінету Міністрів України № 656 від 19.08.2015 р.), а його автор – Белкін Ігор Володимирович – заслуговує присудження наукового ступеня кандидата педагогічних наук за спеціальністю 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти.

Офіційний опонент:  
кандидат педагогічних наук,  
викладач кафедри іноземної філології  
та перекладу Вінницького  
торговельно-економічного інституту  
Київського національного  
торговельно-економічного  
університету



Н. Д. Бондар

Особистий підпис  
*Бондар Н.Д.*  
ЗАСВІДЧУЮ

**ВІДГУК**  
**офіційного опонента Руденко Лариси Анатоліївни**  
**на дисертаційне дослідження Бєлкіна Ігоря Володимировича**  
**«Педагогічні умови використання ділових ігор у професійній підготовці**  
**менеджерів маркетингових комунікацій у вищих навчальних закладах»,**  
**подане на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук**  
**зі спеціальності 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти**

***Ступінь актуальності обраної теми***

В умовах інтенсивних соціально-економічних перетворень в Україні, зумовлених процесами глобалізації та євроінтеграції, зростанням обсягів загальної та спеціалізованої економічної інформації, модернізація вищої освіти передбачає не лише оновлення педагогічного процесу та гуманізацію його змісту на засадах людиноцентризму, а й окреслює, як нагальну, проблему всебічного розвитку інтелектуального, емоційно-чуттєвого, індивідуально-творчого потенціалу особистості під час навчання у ВНЗ.

Перехід до інформаційного суспільства супроводжується прагненням людства до досягнення загальнолюдських, міжособистісних і професійних цінностей, що актуалізує зростання ролі складного соціального феномена комунікації. Культурно-комунікативною основою життя соціуму є міжособистісні взаємини, що реалізуються під час спілкування, сприяють єдності поглядів, взаєморозумінню й узгодженості в особистому бутті та трудовій діяльності, формуються у процесі навчання. З огляду на це стратегічне завдання професійної освіти полягає в підготовці молоді відповідно до потреб сучасних і майбутніх ринків праці. Великою мірою це стосується професійної підготовки фахівців сфери управління, зокрема в галузі маркетингових комунікацій, які є визначальним інструментом маркетингу, оскільки оптимізують бізнес-процеси та сприяють ефективному задоволенню сукупних потреб суспільства.

Для продуктивної діяльності в економічній сфері майбутні менеджери маркетингових комунікацій мають опанувати відповідний обсяг знань як із конкретної галузі економіки, так і з менеджменту, маркетингу, управління персоналом, прогнозування й оцінки комерційної значущості нових наукомістких продуктів тощо. Успішність цього процесу залежить, передусім, від їхньої зацікавленості й активності, ступеня їхньої самостійності та творчості, прагнення отримати високий рівень кваліфікації й самореалізуватися у професії. Виконання цих завдань потребує застосування у їхній підготовці новітніх технологій і методів навчання, які б сприяли не лише ефективному формуванню готовності студентів до майбутньої професійної діяльності у сфері менеджменту маркетингових комунікацій, а й максимальному розвитку їхньої особистості. Мова йде передусім про активні методи навчання, використання яких дає змогу створити оптимальні ситуації для самостійного оволодіння матеріалом, забезпечити позитивну мотивацію студентів, їхній професійний розвиток, виробити вміння самоорганізовуватися у практичній діяльності. До таких методів, безперечно, належать ділові ігри. За активної участі майбутніх



менеджерів маркетингових комунікацій у ділових іграх різного змісту формуються професійні навички, набуваються нові знання, виробляються уміння аналізувати ситуацію та обґрунтовувати вибір шляхів вирішення проблеми, а також розуміння невербального спілкування, що наближає майбутніх фахівців до реальних умов майбутньої професійної діяльності.

Зважаючи на викладене, дослідження Белкіна Ігоря Володимировича «Педагогічні умови використання ділових ігор у професійній підготовці менеджерів маркетингових комунікацій у вищих навчальних закладах» є актуальним і своєчасним.

***Обґрунтованість наукових положень, висновків і рекомендацій,  
сформульованих у дисертації***

Аналіз тексту дисертації, автореферату та змісту публікацій І. В. Белкіна дають підстави для висновку про наукову обґрунтованість і достовірність одержаних результатів.

Грунтовне опрацювання наукової та методичної літератури (її список налічує 335 найменувань, з них 24 – іноземними мовами) дало змогу здобувачеві: проаналізувати зарубіжний досвід професійної підготовки майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій не лише в англо-американських системах освіти, а й у системах освіти Франції, Німеччини, Японії; на основі узагальнення результатів цього аналізу достатньо переконливо висвітлити гуманістичний, аксіологічний, психолого-педагогічний аспекти досліджуваної проблеми з урахуванням сучасних тенденцій гуманізації освіти та їх значущості для ефективної професійної діяльності фахівців соціономічних професій, до яких належить професія менеджера маркетингових комунікацій; розкрити наукові підходи (системний, особистісно орієнтований, компетентнісний) до змісту поняття «ділова гра» як психолого-педагогічного, дидактико-технологічного феномена, що має значний потенціал щодо формування професійних навичок і функцій фахівців у системі вищої освіти. Грунтовний аналіз наукових джерел став підґрунтям для методичних засад дослідження, сприяв уточненню його ключових понять, визначенню особливостей використання ділових ігор у професійній підготовці майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій.

Одержанню достовірних і обґрунтованих результатів сприяло застосування комплексу теоретичних і емпіричних методів наукового дослідження, серед яких найбільш продуктивними були порівняння, моделювання й узагальнення психологічної, педагогічної, навчальної та методичної інформації з досліджуваної проблеми, педагогічний експеримент, математичні методи опрацювання експериментальних даних.

Не викликають заперечень викладені у дисертації висновки та рекомендації, опрацьовані з урахуванням вимог системного, діяльнісного, особистісно орієнтованого, компетентнісного підходів до вирішення досліджуваної проблеми.

Наукові положення, структурно-функціональна модель, а також запропоноване навчально-методичне забезпечення процесу формування готовності майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій до професійної діяльності в ігровому середовищі (система ділових ігор із профільних дисциплін,

діагностичні матеріали щодо визначення сформованості професійної компетентності майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій, навчальний посібник «Ділові ігри в підготовці майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій», методичні рекомендації щодо розроблення і впровадження в професійну підготовку майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій ділових ігор для викладачів вищої школи) використовуються в освітньому процесі Вінницької філії Приватного вищого навчального закладу «Університет Сучасних Знань», Донецького національного університету, Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка, Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького.

Дисертація І. В. Белкіна виконана на належному науковому рівні та свідчить про те, що автор добре володіє теорією і методикою наукового дослідження. Варто відзначити також належний рівень апробації результатів дослідження на міжнародних та всеукраїнських науково-практичних заходах.

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

Основні положення і висновки дисертації І. В. Белкіна достатньо повно висвітлено у 19 публікаціях, у тому числі: 1 навчальний посібник; 1 методичні рекомендації, 6 статей у наукових фахових виданнях України; 3 – у зарубіжних наукових виданнях; 8 – у збірниках наукових праць і матеріалів конференцій.

Структура, зміст, результати та висновки дослідження, викладені в авторефераті, є ідентичними та відображають основні положення дисертації.

Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел і додатків. Назва дисертації відповідає суті досліджуваної проблеми, поділ на структурні частини підпорядковується послідовності розв'язання поставлених здобувачем завдань дослідження.

У першому розділі дисертації – «Використання ділових ігор у підготовці майбутнього менеджера маркетингових комунікацій як наукова проблема» здійснено аналіз характерних сучасних умов підготовки менеджерів маркетингових комунікацій; визначено питання формування професійної компетентності менеджерів маркетингових комунікацій; схарактеризовано роль і місце ділової гри у підготовці майбутніх фахівців у ВНЗ.

Переконливим є твердження здобувача про те, що підготовка сучасних конкурентоспроможних менеджерів має обов'язково враховувати зміни парадигми суспільного розвитку, а саме: заміну індустріального суспільства новою економічною системою – економікою знань, яка розкриває нову роль і місце людини в сучасному суспільстві, вплив інформації як головної продуктивної сили і суб'єкта виробництва на розвиток економічної системи.

Результати узагальнення зарубіжного досвіду професійної підготовки менеджерів дали змогу І. В. Белкіну визначити в якості провідних активні методи навчання, серед яких чільне місце займає ділова гра.

Обґрунтовано педагогічну цінність ділової гри як ефективного засобу формування готовності студентів економічних ВНЗ до професійної діяльності. Окрім того, на підставі аналізу й систематизації одержаних матеріалів розроблено модель формування готовності менеджерів маркетингових комунікацій до професійної діяльності за допомогою ділових ігор, реалізація якої передбачає інтеграцію теоретичної та практичної підготовки студентів у межах профільних навчальних дисциплін.

У другому розділі – «Педагогічні умови ефективного використання ділових ігор у професійній підготовці менеджера маркетингових комунікацій» – визначено й теоретично обґрунтовано функції та роль ділових ігор під час підготовки менеджерів маркетингових комунікацій у ВНЗ.

До вагомих результатів дослідження можна віднести виокремлення й обґрунтування трьох педагогічних умов, які відображають ресурси і провідні чинники, позитивно впливають на взаємодію суб'єктів процесу професійної підготовки менеджерів маркетингових комунікацій, забезпечують його оптимальну організацію у ВНЗ економічного профілю через оновлення змісту навчання та надання йому професійно спрямованого характеру.

Забезпечення першої умови – «модернізація змісту навчання майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій із урахуванням актуальних потреб професійної підготовки сучасних фахівців із використанням ігрових технологій» – передбачало аналіз роботи провідних економічних ВНЗ України, а також центрів підготовки антикризових керівників з метою накопичення певного досвіду навчання саме у сфері розвитку професійних навичок. Це дало змогу визначити: переваги застосування ділових ігор в освітньому процесі порівняно з традиційним навчанням; виокремити напрями навчання в ігровому середовищі (інтеграція дисциплін; квазіпрофесійне й інтерактивне навчання; розвивальний характер технологій ігрового моделювання).

Упровадження другої педагогічної умови – «реалізація комунікаційного комфорту студентів у професійній підготовці менеджерів маркетингових комунікацій в ігровому середовищі» – дало змогу виокремити основні педагогічні засоби цього процесу, серед яких, поряд зі створенням спеціального ігрового (комунікативного) поля та формуванням позитивної ігрової мотивації студентів, хочемо відзначити актуалізацію зворотного зв'язку між учасниками ділової гри як ефективного засобу формування професійної компетентності та контролю рівня засвоєння студентами знань, використання рефлексії як способу самоконтролю, а також підвищення теоретичної та практичної готовності викладачів до організації ефективного проведення ділових ігор.

Реалізація третьої педагогічної умови – «застосування ділових ігор як методу інтерактивного навчання студентів у реальній виробничій комунікації» – забезпечила раціональне поєднання вмотивованого професійного інтересу студентів із новими методами навчання, організації самостійної роботи тощо. Продуктивним напрямом дослідження виступає створення ділових ігор, заснованих на рольовій та імітаційній діяльності, реальних і змодельованих ситуаціях, які розгорнуто подані в додатках.

У третьому розділі – «Експериментальна перевірка ефективності педагогічних умов використання ділових ігор у професійній підготовці менеджерів маркетингових комунікацій» – розкрито методику організації та проведення дослідно-експериментальної роботи; реалізовано узагальнення результатів педагогічного експерименту. Тут заслуговує на увагу авторська позиція стосовно того, що організація взаємодії всіх компонентів підготовки майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій засобами ігрових технологій ефективно впливає на продуктивність навчання, а недостатнє приділення уваги будь-якому з аспектів ділової гри негативно позначається на кінцевому результаті. Також слід відзначити, що в результаті дослідно-експериментальної роботи не лише підтверджена гіпотеза дослідження, а й виявлені чинники успішного функціонування запропонованої системи ділових ігор (соціально-педагогічні, психолого-педагогічні, організаційно-педагогічні), врахування яких під час організації освітнього процесу в ігровому середовищі дає змогу цілеспрямовано формувати й розвивати професійно важливі якості майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій.

### ***Дискусійні положення та зауваження до змісту дисертації***

Загалом позитивно оцінюючи теоретичне і практичне значення отриманих І. В. Белкіним результатів, варто окреслити деякі дискусійні положення та висловити окремі побажання:

1. Теоретико-методологічна основа дослідження потребує конкретизації положень теорії пізнання, концептуальних положень філософії, психології, педагогіки, економіки і маркетингу відповідно до проблематики дослідження.

2. Щодо четвертого і п'ятого завдань слід зауважити, що вони дещо не корелюють із відповідними висновками та практичним значенням дослідження: так, плануючи розробити певну кількість ділових ігор, у результаті автор створив і апробував систему ділових ігор із профільних навчальних дисциплін для підготовки майбутніх менеджерів маркетингових комунікацій; окреслюючи завдання укладення методичних рекомендацій, дисертант розробив комплекс навчально-методичного забезпечення, який містить діагностичні матеріали, посібник і методичні рекомендації. На нашу думку, це варто було б привести у відповідність.

3. Як наслідок цієї невідповідності, послуговуючись терміном «система ділових ігор», здобувач у роботі не дає чіткого пояснення його сутності.

4. Назва першого розділу дисертаційного дослідження видається нам завузькою, оскільки у ньому не лише розглянуто актуальність використання ділових ігор у підготовці майбутнього менеджера маркетингових комунікацій, а й представлені теоретичні основи цього процесу та визначені напрями їх практичного застосування.

5. У першому розділі (п. 1.1) автор наводить дефінітивний аналіз ключових понять. На наш погляд, логічно було би визначення поняття «маркетингові комунікації» (с. 19 дисертації) перенести на с. 16, де розглядається й аналізується поняття «менеджер маркетингових комунікацій», оскільки ці поняття взаємозумовлені: перше відображає функціональний зміст діяльності другого. Це б сприяло цілісності характеристики суб'єктів дослідницької діяльності.

6. Для підсилення методичної складової у дисертації доречно було б конкретизувати, під час опанування яких саме дисциплін, що вивчаються майбутніми менеджерами маркетингових комунікацій, упроваджувалися результати дослідження.

7. У третьому розділі дисертації подано цікавий, ретельно опрацьований експериментальний матеріал, детально описані результати, оброблені за допомогою методів математичної статистики, проте, на жаль, він не знайшов належного висвітлення у загальних висновках і в основному змісті автореферату.

8. Загальні висновки можна було би подати більш компактно, позбавивши їх описовості.

9. У тексті роботи зустрічаються стилістичні огріхи й одруки.

Висловлені зауваження не знижують загального позитивного враження від дисертаційного дослідження і є приводом для наукової дискусії.

### ***Ідентичність змісту автореферату й основних положень дисертації***

Структурна побудова і зміст автореферату ідентичні основним положенням дисертації. Наукові положення, висновки і рекомендації, наведені в авторефераті, належним чином розкриті й обґрунтовані в рукописі дисертації І. В. Белкіна.

### ***Загальний висновок***

Аналіз дисертації, автореферату й опублікованих праць дає підстави для висновку про те, що дослідження Ігоря Володимировича Белкіна «Педагогічні умови використання ділових ігор у професійній підготовці менеджерів маркетингових комунікацій у вищих навчальних закладах» є завершеним, цілісним, самостійним, має наукову новизну, теоретичне та практичне значення.

Враховуючи актуальність, новизну, значущість результатів дослідження для теорії та методики професійної освіти, рецензована дисертація заслуговує на позитивну оцінку, відповідає вимогам до дисертаційних робіт, поданих на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук, зокрема пунктам 9, 11, 12 і 13 «Порядку присудження наукових ступенів і присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від № 567 від 24.07.2013 р., а її автор – Белкін Ігор Володимирович – заслуговує на присудження наукового ступеня кандидата педагогічних наук зі спеціальності 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти.

### **Офіційний опонент:**

доктор педагогічних наук,  
старший науковий співробітник,  
професор кафедри практичної психології та педагогіки  
Львівського державного університету  
безпеки життєдіяльності

Руденко Л. А.

