

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 обгрунтовані 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