

**ВІДГУК**

офіційного опонента

доктора педагогічних наук, професора Свистун Валентини Іванівни  
на дисертацію **Селезень Ганни Василівни****«Професійна підготовка фахівців з маркетингу у коледжах»**,  
подану на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук  
за спеціальністю 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти

Маркетинг як сучасна філософія бізнесу, здатний забезпечувати підприємство не лише інноваціями, а й суттєвими конкурентними перевагами у боротьбі за споживача. В сучасних умовах працювати без маркетолога – великий ризик для будь-якого бізнесу, адже маркетинг є специфічною наукою, що своїми важелями суттєво впливає на ринок, і, водночас, цілком і повністю залежить від нього. Маркетолог – центральна фігура ринкової економіки. Він необхідний будь-якому підприємству, що зацікавлене не лише у збуті своєї продукції, а й у створенні позитивного іміджу, налагодженні сталих партнерських відносин з іншими підприємствами тощо.

Оскільки відділи маркетингу створюються у банках, страхових фірмах, на промислових і торгових підприємствах, у спеціалізованих консалтингових компаніях, то нині на ринку праці зростає попит на маркетологів. Причому це стосується всіх фахівців – від аналітиків до бренд-менеджерів, від асистентів до керівників. Аналіз маркетингової інформації свідчить про зростання ролі професії маркетолога, а, отже, і підвищення вимог до фахівців з маркетингу, які зможуть створювати для підприємства інноваційний маркетинговий продукт, що забезпечуватиме успіх у конкурентному середовищі. Відтак проблема маркетингової освіти в Україні є особливо актуальною в умовах сучасного ринку праці.

Нині створено досить потужний банк наукових ідей, теоретичних положень щодо оптимізації професійної підготовки майбутніх фахівців з маркетингу, проте бракує дисертаційних досліджень, у яких би було запропоновано вирішення проблеми вдосконалення їх професійної підготовки у коледжах. З огляду на це дослідження Г. В. Селезень, є, на нашу думку, актуальним, своєчасним і перспективним.

Дослідження проводилося в тривалий період – з 2011 р. по 2019 р. у три етапи: пошуковий (2011-2014 рр.), основний (2014-2016 рр.), завершально-узагальнювальний (2017-2019 рр.).

Щодо експериментальної бази, то це Коледж іженерії та управління Національного авіаційного університету, Коледж економіки та бізнесу Дніпропетровського національного університету імені Олеся

дх. 51.12/46  
619 14.02.20р.



Гончара, Коледж економіки і управління Східноєвропейського університету. Педагогічний експеримент проведено в природних умовах освітнього процесу коледжів і відбувався у два етапи: констатувальному і формувальному.

Наукова цінність дисертаційної роботи Г. В. Селезень зумовлена, перш за все, тим, що в ній вперше обґрунтовано організаційно-педагогічні умови професійної підготовки фахівців з маркетингу у коледжах, розроблено її структурно-функціональну модель.

Значимість роботи посилює й те, що її виконано в межах науково-дослідних робіт кафедри педагогіки та психології професійної освіти Гуманітарного інституту Національного авіаційного університету за темами: «Інноваційні технології оцінювання успішності виконавських умінь студентів» (№ 72А/12.02.02 на 2010-2012 рр.); «Психолого-педагогічні умови реалізації компетентнісної парадигми освіти у вищих технічних навчальних закладах» (№ 24/12.02.02 на 2012-2014 рр.).

Здобувачкою визначено науковий апарат дослідження – об'єкт, предмет, сформульовано мету й відповідні дослідницькі завдання, обґрунтовано теоретичні та емпіричні методи їх розв'язання.

Об'єктом дослідження визначено процес професійної підготовки майбутніх фахівців з маркетингу у коледжах. На нашу думку, некоректність цього формулювання полягає у використанні слова «процес», оскільки підготовка – це й є процес.

Практична корисність одержаних результатів дослідження підтверджується фактом їх впровадження в освітню діяльність п'яти коледжів.

Апробація результатів дослідження є досить переконливою і відбулась на конференціях різного рівня.

Результати дисертації досить повно висвітлено у 14 публікаціях, зокрема в таких: 9 статей у наукових періодичних фахових педагогічних виданнях України (із них 4 – у наукометричних виданнях); 1 – у зарубіжному періодичному науковому виданні, 4 – у збірниках тез доповідей на конференціях. Проте не зрозуміло, чому дисертантка до наукових праць, в яких опубліковано наукові результати включила 3 тези доповідей на конференціях, що є опублікованими працями апробаційного характеру! А до категорії праць «апробація» включено 4-ри статті, що надруковані у наукових періодичних фахових педагогічних виданнях України, які додатково відображають наукові результати дисертації.

Науковий пошук здобувачки розгортається, в основному, у відповідності до сформульованого наукового апарату дослідження, його мети й поставлених завдань.



У першому розділі дисертації проаналізовано стан розробленості проблеми в теорії і практиці професійної освіти; з'ясовано особливості професійної підготовки майбутніх фахівців з маркетингу. Заслугує на увагу опис підготовки фахівців з маркетингу в зарубіжних країнах.

Наукова позиція авторки щодо результату професійної підготовки майбутніх фахівців з маркетингу у коледжі представлена категорією «готовність до професійної діяльності».

Для конкретизації змістової спрямованості дослідження дисертантка здійснює розлогий аналіз ключових понять «навчання фахівців з маркетингу», «готовність майбутніх фахівців з маркетингу до професійної діяльності» й пропонує власне їх тлумачення. Проте вважаємо, що авторська спроба презентації поняття «навчання фахівців з маркетингу» як процесу засвоєння майбутніми фахівцями інформації у вигляді знань, умінь та навичок за допомогою викладачів», не є вдалою. На нашу думку, це визначення стосується «учіння» та «навчальної діяльності» студентів, а не «навчання», оскільки навчання – це процес спільної та взаємозумовленої діяльності педагогів і студентів у педагогічному чи освітньому процесі ЗВО, де діяльність студента називається навчальна діяльність, а педагога – викладання, педагогічна діяльність.

Досить цікавим і корисним видається представлений у дисертації аналіз виробничих вимог до професійної підготовки фахівців з маркетингу, здійснений на основі опитування роботодавців і випускників спеціальності «Маркетинг», що посилює обґрунтованість наукових положень і висновків дослідження.

За змістовим наповненням становить інтерес другий розділ – «Організаційно-педагогічні умови професійної підготовки фахівців з маркетингу у коледжах», в якому викладено загальну методику дослідження, обґрунтовано організаційно-педагогічні умови професійної підготовки фахівців з маркетингу у коледжах, а також описано алгоритм їх реалізації в освітньому середовищі ЗВО II рівня акредитації; спроектовано структурно-функціональну модель професійної підготовки фахівців з маркетингу у коледжах, визначено діагностичний інструментарій для оцінювання сформованості готовності фахівців з маркетингу до професійної діяльності.

Вартий уваги здійснений здобувачкою аналіз змісту навчальних планів підготовки фахівців з маркетингу у коледжах і пропозиції щодо його вдосконалення. Особливий інтерес становить запропонована програма коучингу «Формування професійної готовності фахівців з маркетингу». Проте залишилось незрозумілим чому цей матеріал подається в підрозділі «2.1. Методика та організація наукового дослідження у коледжі», в якому має бути представлена загальна методика проведення дослідження.



Цілком закономірним є виокремлення критеріїв і показників оцінювання сформованості готовності до професійної діяльності майбутніх фахівців з маркетингу та окреслення її рівнів.

Особливої уваги заслуговують запропоновані організаційно-педагогічні умови професійної підготовки майбутніх фахівців з маркетингу, що докладно описуються й обґрунтовуються, а реалізація яких сприяла досягненню прогнозованого результату.

Надалі визначені організаційно-педагогічні умови стали підґрунтям розроблення структурно-функціональної моделі професійної підготовки фахівців з маркетингу у коледжах. Включені до моделі організаційно-педагогічні умови призначені для створення відповідного освітнього середовища у коледжі, в якому цілеспрямовано формується готовність майбутніх фахівців з маркетингу до професійної діяльності. Представлена модель виглядає цілком дієздатною, що й підтверджується подальшим дослідженням. До вад моделі можна віднести незрозумілість її функціонування внаслідок відсутності зв'язаності окремих її блоків і неправильно вказаних зв'язків. Наприклад, в технологічно-діяльнісному блоці процесуально-діялісний етап включає лише організаційно-педагогічні умови, а засоби, форми, методи, методики та педагогічні технології включено до рефлексивно-корекційного етапу, що безперечно дивує та викликає низку проблемних запитань. У моделі також бракує змістовний блок, що визначає зміст професійної підготовки фахівців з маркетингу та відповідно зміст їхньої готовності до професійної діяльності.

Третій розділ містить детальний аналіз результатів педагогічного експерименту, що засвідчив позитивну динаміку змін в експериментальній групі порівняно з контрольною щодо сформованості у майбутніх фахівців з маркетингу готовності до професійної діяльності. Вірогідність результатів експерименту перевірена за допомогою t-критерію Стьюдента. Результати педагогічного експерименту супроводжуються графічним зображенням, що суттєво розширює й унаочнює змістове поле дисертаційної роботи.

Тривалий період дослідження, різноманітний комплекс використаних методів, власний досвід професійної діяльності дали змогу дисертантці отримати цілком прогнозовані результати й кількісно і якісно їх проаналізувати. Надійність результатів експериментального дослідження підтверджують відповідні довідки 5 коледжів.

Підсумки дисертаційної роботи відображено у загальних висновках, які корелюють з висновками до кожного з розділів і, в основному, відображають основні результати дослідження, проте не дають конкретної відповіді – що нове зроблено згідно з дослідницьким завданням дисертанткою. Прикладом цього особливо може бути другий висновок, а саме: «Особливості



професійної підготовки фахівців з маркетингу в контексті виробничих та освітніх вимог розкрито в поняттєво-категоріальному апараті дослідження, а саме: процес професійної підготовки фахівців з маркетингу представлено як ланцюг ключових понять: «професійна підготовка – навчання фахівців з маркетингу – маркетингова діяльність – професійні якості майбутнього фахівця з маркетингу – готовність до професійної діяльності фахівців з маркетингу». Вважаю, що поняттєво-категоріальний апарат дослідження не може розкрити особливості професійної підготовки фахівців з маркетингу.

До переваг роботи Селезень Г. В. можна віднести її практичне значення, що полягає у впровадженні в освітній процес коледжів навчально-методичного комплексу, що охоплює елективний спецкурс «Стратегія маркетингу» (тематичний план, контрольні завдання, рольові та ситуативні вправи, проблемні завдання для самостійної роботи, комплексні контрольні роботи та тестові завдання для аудиторної та позааудиторної роботи); тренінги: «Storytelling», «Бізнес-коучинг»; діагностувальний інструментарій оцінювання сформованості готовності майбутніх фахівців з маркетингу до професійної діяльності; методичні рекомендації щодо професійної підготовки майбутніх фахівців з маркетингу в коледжах.

Проведена експертиза виконаних завдань доводить, що авторці вдалося висвітлити теоретичні й методичні засади означеної проблеми професійної освіти, результати дослідницької діяльності Г. В. Селезень мають достатній теоретико-методичний рівень, відзначаються науковою новизною, теоретичним і практичним значенням.

Дисертація Г. В. Селезень засвідчує сформований науковий світогляд дослідника, володіння методами системного аналізу, обізнаність з літературними джерелами у зазначеній сфері.

Зміст автореферату дає змогу одержати уявлення про спрямованість, змістове наповнення і результати виконаної дисертаційної роботи. Проте є певні невідповідності у змісті дисертації й автореферату.

Разом з тим, ґрунтовний аналіз матеріалів дисертаційної праці Г. В. Селезень уможливорює відмітити низку дискусійних положень та зауважень до змісту роботи, а також висловити деякі міркування та окремі побажання.

1. Обґрунтовуючи актуальність теми дослідження, здобувачка окреслила низку суперечностей, які потребують розв'язання. На нашу думку, перша суперечність «між усвідомленістю наявності позитивної внутрішньої мотивації до освітнього процесу та відсутністю сформованості рефлексивної культури у майбутніх фахівців з маркетингу» не має відношення до мети дисертації й не зрозуміло як дисертантка розв'язувала цю суперечність; по-друге, вражає некоректність формулювань 2-ї й 3-ї суперечностей, а саме: у 2-й суперечності зазначається «про професійну підготовку як інтегральну



характеристику майбутніх фахівців» (виникає питання: як процес – «підготовка» – може бути характеристикою фахівця?); 3-ю суперечність авторка формулює як «між необхідністю цілеспрямованої реалізації готовності до професійної діяльності майбутніх фахівців з маркетингу та невідповідністю існуючих у коледжах наукових методик, які б цьому сприяли» (виникає питання: що таке «цілеспрямована реалізація готовності», може авторка мала на увазі «цілеспрямоване формування готовності»? та про які такі «існуючі у коледжах наукові методики» зазначає?).

2. Назва другого розділу «Організаційно-педагогічні умови професійної підготовки фахівців з маркетингу у коледжах», по-перше, значно вужче за його зміст, оскільки в ньому представлено й методику та організацію наукового дослідження (підрозділ 2.1), критерії, показники та рівні сформованості готовності до професійної діяльності фахівців з маркетингу (підрозділ 2.2) та структурно-функціональну модель професійної підготовки фахівців із маркетингу у коледжах (2.4); по-друге, назва розділу тотожна назві підрозділу 2.3.

3. Залишилось незрозумілим як здобувачка визначала та експериментально перевіряла організаційно-педагогічні умови професійної підготовки фахівців з маркетингу у коледжах, згідно з 4-м завданням дослідження.

4. Відповідно до мети дослідження й 5-го завдання перевірялась ефективність моделі професійної підготовки фахівців з маркетингу у коледжах. Тож які критерії ефективності моделі було визначено авторкою?

5. Викликає суттєве проблемне запитання наукова позиція авторки щодо результату професійної підготовки майбутніх фахівців з маркетингу у коледжах категорією «готовність до професійної діяльності», оскільки таким інтегрованим результатом згідно зі компетентнісним підходом до їх професійної підготовки є сформована професійна компетентність, в якій «готовність до професійної діяльності» є тільки одним із її проявів. Водночас виникає наступне проблемне запитання – «Яка готовність до професійної діяльності»: професійна, особистісна чи психологічна? Цей аспект є концептуальним, на який дисертантці треба давати однозначну відповідь згідно з компетентнісним підходом до професійної підготовки в Україні.

6. Дисертація і автореферат містять численні стилістичні упущення, а також потребують педагогічного обґрунтування базові категорії і поняття дисертації згідно з основними положеннями загальної та професійної педагогіки. Це, наприклад, «навчання–професійна підготовка фахівців з маркетингу – маркетингова діяльність – професійно важливі якості майбутнього фахівця з маркетингу – професійна компетентність фахівців з маркетингу».

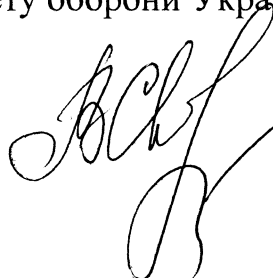
Отже, аналіз дисертаційної роботи, автореферату та опублікованих наукових праць Селезень Ганни Василівни дає підставу зробити такий висновок.

Дисертаційна робота Селезень Ганни Василівни «Професійна підготовка фахівців з маркетингу у коледжах» є завершеною, самостійною, актуальною науковою працею, а наведені теоретичні узагальнення та практичні рекомендації зумовлюють вирішення важливого наукового й прикладного завдання.

За рівнем наукової новизни, обґрунтованістю, теоретичною і практичною значущістю отриманих результатів представлена робота відповідає кваліфікаційним вимогам п. 9, 11, 12, 13 і 14 «Порядку присудження наукових ступенів та присвоєння вченого звання старшого наукового співробітника», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 24.07. 2013 року № 567, а її авторка – Селезень Ганна Василівна – заслуговує присудження наукового ступеня кандидата педагогічних наук за спеціальністю 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти.

**Офіційний опонент:**

провідний науковий співробітник Навчально-наукового інституту фізичної культури та спортивно-оздоровчих технологій Національного університету оборони України імені Івана Черняховського,  
доктор педагогічних наук, професор



**В. І. СВИСТУН**

