

ВІДГУК
офіційного опонента
на дисертацію Кучинової Наталі Миколаївни
«Розвиток креативної складової професійного мислення
майбутніх маркетологів»,
подану на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук
за спеціальністю 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія

Актуальність обраної теми дослідження не викликає сумніву, адже важливим завданням вітчизняної вищої школи є пошук шляхів підвищення якості фахової підготовки студентської молоді, зокрема розвитку їх професійного мислення. Швидкі перетворення в економіці України обумовлюють високі вимоги роботодавців до здатності спеціалістів критично мислити, творчо вирішувати професійні завдання, приймати нестандартні рішення тощо. Особливої уваги науковців і практиків потребує проблема підготовка фахівців з маркетингу, діяльність яких значною мірою впливає на конкурентоспроможність підприємств, організацій і характеризується постійною потребою в креативних підходах до реалізації їх маркетингової політики. З огляду на це, тема дисертаційного дослідження Кучинової Наталі Миколаївни є своєчасною і соціально значущою.

Науковий апарат дисертації, поданий у вступі, чітко розкриває актуальність проблеми, об'єкт, предмет, мету і завдання дослідження, наукову новизну, теоретичне і практичне значення. Робота має обґрунтовану методологічну основу, чітку структуру, логічність викладу. Слід відзначити системність викладу змісту дослідження: кожен із трьох розділів є завершеним відповідно до поставленої мети та завдань, висновки до розділів і загальні висновки відповідають змісту розділів та завданням дослідження загалом.

Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків і рекомендацій. Текст дисертації Кучинової Наталі Миколаївни дає підстави стверджувати, що наукові положення, висновки, рекомендації, програма, методики, надані автором, є ґрунтовними і достовірними. Новизна та вірогідність загальних висновків дисертації підтверджується результатами теоретичного та

практичного дослідження. Наукові та практичні узагальнення викладено у висновках та висвітлено в опублікованих працях. Дисертанткою чітко окреслено етапи проведення констатувального та формувального експерименту, у ході яких отримано достовірні дані, що підтверджують висунуті припущення.

У першому розділі «Теоретичні засади вивчення розвитку креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів» здійснено глибокий теоретичний аналіз наукових підходів до проблеми розуміння професійного мислення маркетолога в психології. Дисертанткою визначено структуру та теоретичну модель креативної складової професійного мислення маркетолога та обґрунтовано психолого-педагогічні умови її розвитку. Такий підхід забезпечив комплексне розуміння проблеми та дозволив розробити методологічні засади експериментального дослідження – визначити його завдання, підібрати комплекс взаємодоповнюючих діагностичних методик.

У другому розділі дисертації «Експериментальне дослідження креативної складової професійного мислення студентів-маркетологів» представлено методичні підходи та якісні й кількісні результати вивчення психологічних особливостей розвитку креативної складової професійного мислення студентів-маркетологів.

Заслуговує на увагу використання експертної оцінки значущості компонентів креативної складової професійного мислення маркетолога, до якої було залучено експертів, переважну частину яких склали практикуючі маркетологи та потенційні роботодавці. На етапі констатувального експерименту досліджено особливості та динаміку розвитку структурних компонентів (мотиваційного, когнітивно-дивергентного, емоційно-вольового та комунікативного) креативної складової професійного мислення на достатній вибірці студентів I–IV курсів. Авторкою вдало використано методи математичної статистики, зокрема розрахунок інтегральної оцінки розвитку креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів, який

дав підстави виділити рівні її розвитку (високий, вищий за середній, середній, нижчий за середній та низький).

Третій розділ «Розвиток креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів» присвячено формувальному експерименту. Визначено загальну стратегію, мету й завдання формувального експерименту, представлено авторську модель та комплексну програму психолого-педагогічного впливу на розвиток креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів, проаналізовано кількісні та якісні результати апробації програми розвитку.

Позитивно слід оцінити розроблену організаційну модель розвитку креативної складової професійного мислення студентів-маркетологів, яка наочно представляє взаємозв'язок всіх структурних елементів процесу розвитку досліджуваного явища.

Вагомим науковим здобутком, який має практичне значення, є розроблена дисертанткою комплексна програма психолого-педагогічного впливу на розвиток креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів, яка направлена на формування складових досліджуваного феномену засобами активного соціально-психологічного навчання.

Таким чином, дослідження Кучинової Наталі Миколаївни має вагому наукову новизну, яка визначається тим, що ця робота своєчасно й успішно заповнює прогалину в наукових дослідженнях з розвитку професійного мислення студентів маркетологів в процесі професійної підготовки у вищому навчальному закладі, зокрема його креативної складової.

Практичне значення дослідження вбачається у тому, що апробований дисертанткою пакет психодіагностичних методик та авторська програма психолого-педагогічного впливу на розвиток креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів можуть бути використані викладачами вищих навчальних закладів, психологами, маркетологами як психологічний засіб розвивального характеру.

Загальні підсумки дослідження викладені у висновках, які відображають основні положення дисертації на достатньому рівні узагальнення.

Дисертація та автореферат оформлені відповідно до вимог МОН України. Зміст автореферату повною мірою відповідає поданому тексту дисертації і відображає основні теоретичні положення та результати проведеного емпіричного дослідження, які виносяться на захист.

Робота пройшла достатню апробацію та впровадження на конференціях різного рівня – 8 Міжнародних, 2 всеукраїнських, 1 регіональна та 4 університетських. Рецензоване дослідження написано чітко, логічно, грамотно та оформлена з дотриманням належних вимог.

У цілому, позитивно оцінюючи наукове та практичне значення отриманих дисертанткою результатів, слід висловити певні зауваження та побажання:

1. Потребує більш детального пояснення застосування таких методів математичної статистики, як кореляційний, кореляційно-регресивний аналіз на етапі констатувального експерименту.

2. У третьому розділі дисертації, обґрунтовуючи комплексну програму психолого-педагогічного впливу (стор. 141), дисертантці доцільно було б більш детально розкрити поняття «креативне середовище».

3. Дисертаційна робота містить 33 таблиці та 27 рисунків, які ілюструють результати емпіричного дослідження. Такий обсяг наочного матеріалу перевантажує текст роботи, доречніше було б розмістити деякі з них у додатках.

Висловлені зауваження та побажання не знижують загальної позитивної оцінки проведеного дослідження, його високої теоретичної та практичної цінності. Результати дослідження дають підставу стверджувати, що висунуту гіпотезу підтверджено, мету досягнуто, поставлені завдання виконано.

Дисертаційна робота «Розвиток креативної складової професійного мислення майбутніх маркетологів» є самостійним і завершеним дослідженням та відповідає вимогам щодо дисертаційних робіт, виконаних за спеціальністю 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія, а її автор, Кучинова Наталя Миколаївна, заслуговує на присудження їй наукового ступеня кандидата психологічних наук за спеціальністю 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія.

Доцент кафедри психології факультету
філософської освіти та науки
Національного педагогічного університету
імені М. П. Драгоманова,
кандидат психологічних наук, доцент

ms

І. В. Воронюк

