

ОТЗЫВ

официального оппонента, доктора педагогических наук, доцента Тимофеевой Валентины Владимировны на диссертацию Рогаля Евгения Александровича «Формирование маркетинговых компетенций бакалавров в системе непрерывного профессионального туристского образования регионального вуза», представленную к защите на соискание ученой степени кандидата педагогических наук по специальности: 13.00.08 - «Теория и методика профессионального образования» в диссертационный совет Д 212.084.03 при Балтийском федеральном университете им. И. Канта

Актуальность проблемы исследования. Турииндустрия является локомотивом многих отраслей экономики. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, предусматривается, что туризм представляется одним из ключевых компонентов инновационного развития страны в будущем. В современных условиях нестабильной рыночной среды, важнейшее место занимает конкурентоспособность организации, что в большой степени обеспечивается ее маркетинговой деятельностью, являющейся компасом направления развития предприятия.

Автор исследования разрабатывает и внедряет методическую систему по формированию маркетинговых компетенций в системе непрерывного образования СПО-ВО, позволяющую способствовать повышению уровня конкурентоспособности туристских кадров, а также решать проблемы базовых аспектов туристских компаний, касающихся маркетинговой составляющей. Все это свидетельствует об актуальности диссертационного исследования Рогаля Е.А.

Работа содержит введение, две главы, заключение, список литературы, включающий 237 источников и 19 приложений. В первой главе автор проводит подробнейший и широкий анализ категорий непрерывного образования, в том числе в турииндустрии, а также исследует специфические особенности маркетингового профессионального образования СПО-ВО (бакалавриат) в РФ с учетом региональной составляющей. Во второй главе, на основе детального исследования всех образовательных и профессиональных стандартов, систематизированы основные группы маркетинговых компетенций с учетом ориентации на туристское образование; обоснована и разработана форма методической системы на основе анализа различных форм методических систем и соответствующих педагогических технологий, а также

экспериментально проверена эффективность представленной методической системы формирования маркетинговых компетенций будущих выпускников направления «Туризм» уровней СПО-ВО.

Выдвигая гипотезу о том, что процесс формирования маркетинговых компетенций с соблюдением принципа преемственности у студентов туристской сферы в системе СПО-ВО будет успешным, если уточненная методическая система маркетинговых компетенций создается с учетом региональной потребности туристского рынка; и строится с использованием активных форм занятий (элективные курсы-тренинги) и методов (кейс-методы, тематические дискуссии, деловые игры, мини-лекции и др.), автор в логичной последовательности ставит ряд задач, которые соответствуют представленной гипотезе, цели и предмету исследования.

Определение методологических основ и соответствующий выбор методов диссертационного исследования указывают на достаточно высокий научный уровень автора по изучаемой проблематике.

Корректно сформулированы основные положения, выносимые на защиту и научный аппарат методологической части работы. Предмет исследования отражает его проблему. Гипотеза исследования содержит предположения, поясняющие замысел автора относительно проблемы формирования профессиональной маркетинговой компетентности. Задачи сформулированы в логике классического педагогического исследования: от проблемного состояния исследуемого предмета к проектированию способов решения. Экспериментальная база исследования достаточна для получения исследовательских данных, их обобщения и формулирования выводов.

Несомненную научную новизну представляют: систематизация научных знаний по проблеме развития и сущности непрерывного туристского профессионального образования; уточнение понятия «маркетинговая компетентность», характеризующаяся сформированностью потребности, мотивации, должного уровня осознанности в осуществлении маркетинговых исследований, выборе и разработке оптимальных маркетинговых стратегий, а также в использовании разнообразных методов и форм маркетинговых коммуникаций с целью развития клиента-ориентированного подхода и повышения конкурентоспособности компании; систематизация основной группы маркетинговых компетенций в системе СПО-ВО на основе анализа существующих образовательных стандартов и разработка методической системы по формированию маркетинговых компетенций менеджеров сферы туризма с учетом соблюдения принципа преемственности. Теоретическая значимость результатов исследования заключается в развитии методологии непрерывной профессиональной туристской подготовки (в рамках

образовательных звеньев СПО-ВО) в маркетинговом аспекте, (с учетом региональных особенностей и уточненного понятия «маркетинговая компетентность»); научном обосновании и разработке методической системы по формированию маркетинговых компетенций в системе СПО-ВО (бакалавриат) с использованием активных методов обучения.

Экспериментальное исследование, проведенное Е.А. Рогалем, позволяет увидеть качественные изменения в сформированности маркетинговых компетенций студентов в процессе применения разработанной методической системы.

Научно-практический интерес вызывают: методика формирования преемственных маркетинговых компетенций уровней СПО-ВО; система взаимосвязанных элективных курсов-тренингов, с использованием преимущественно активных методов обучения, особенно по курсам «Электронный маркетинг»: «e-mail Marketing» и «Social Media Marketing», с применением социальных сетей, которые являются вкладом в создание цифровой экономики – экономики будущего.

Полученные фактические данные свидетельствуют об эффективности разработанной автором модели, и подтвержденные в результате убедительных (валидных) экспериментов позволяют говорить о практической значимости диссертационного исследования.

Грамотно спланированная и реализованная экспериментальная программа позволили автору получить значимые для развития теории и методики профессионального образования результаты:

1. В рамках теории профессионального образования менеджеров турииндустрии уточнено содержание маркетинговой компетентности бакалавров направления подготовки «Туризм» и определена интегрированная структура ее компонентов (потребностно-мотивационный, когнитивный и деятельностный), созданная на основе детального анализа требований профессиональных и образовательных стандартов. Систематизированы три группы маркетинговых компетенций студентов в системе «СПО-ВО» (бакалавриат).

2. Разработана методическая система непрерывной профессиональной подготовки студентов по направлению «Туризм» в сфере маркетинга.

3. Осуществлена реализация практико-ориентированного подхода в непрерывном профессиональном туристском образовании.

4. Создана система взаимосвязанных элективных курсов-тренингов, с использованием преимущественно активных методов и средств обучения, которая по нашему мнению может быть применена на этапе послевузовского

профессионального образования и повышения квалификации менеджеров туринастрии.

Положительно оценивая диссертационное исследование в целом, мы считаем необходимым сделать следующие замечания:

1. При создании методической системы формирования маркетинговых компетенций автором применяются такие активные методы обучения как: конкретные ситуации, метод кейсов, деловые игры и не рассматриваются методы активного проектирования, имеющие максимальный коэффициент акмеологичности, что профессионально необходимо для маркетинговой составляющей.
2. В параграфе 1.1. главы первой диссертационного исследования – наряду с историческими тенденциями общей методологии непрерывного образования в отечественной и зарубежной литературе, автором исследован российский опыт в туринастрии, но не уделено должного внимания изучению современного зарубежного опыта непрерывного туристского образования (на примере ведущих вузов - VOTEL и др.).
3. В рамках системного подхода профессионального образования необходимо было представить взаимосвязь авторской методической системы с остальными технологическими компонентами педагогического процесса.
4. Наличие стилистических ошибок и опечаток (например, на стр. 76, 92, 130 и др.).

Вместе с тем, следует отметить, что вышеизложенные замечания не снижают ценности представленного диссертационного исследования Е.А. Рогаля.

Диссертация Рогаля Евгения Александровича соответствует паспорту специальности 13.00.08 - «Теория и методика профессионального образования».

Автореферат диссертации соответствует тексту диссертационного исследования, отражает ее основной замысел, логику и структуру, содержание и полученные результаты.

В публикациях автора представлены основные результаты научной работы по теме исследования, имеются работы в рецензируемых научных изданиях (5 статей) и учебно-методическое пособие, рекомендованное профильным УМО России к использованию в образовательном процессе.

Проведенный анализ содержания диссертации, автореферата и публикаций соискателя позволяет сделать следующее заключение: диссертация Рогаля Евгения Александровича является завершенным, самостоятельным научным исследованием, выполненным на актуальную тему «Формирование

маркетинговых компетенций бакалавров в системе непрерывного профессионального туристского образования регионального вуза», обеспечивает решение поставленной проблемы, имеет важное практическое значение и соответствует требованиям пп. 9-11, 13-14 «Положения о порядке присуждения ученых степеней», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 г. № 842, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а сам диссертант заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата педагогических наук по специальности 13.00.08 - «Теория и методика профессионального образования».

Официальный оппонент:

доктор педагогических наук, доцент,
преподаватель Калининградского филиала
Аккредитованного образовательного
учреждения высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ МФЮА»

Тимофеева В.В.

«12» марта 2018 года



Подпись Тимофеевой В.В. заверяю

*Зашеститель директора
калининградского филиала МФЮА*

Сведения об официальном оппоненте:

Фамилия, имя, отчество: Тимофеева Валентина Владимировна

Ученая степень: доктор педагогических наук

Ученое звание: доцент

Место работы: Калининградский филиал Аккредитованного образовательного учреждения высшего образования «МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МФЮА»

Адрес места работы: 236000, РФ, г. Калининград, ул. Ермака, дом 3; (40122)216533; kirilichva.o@mfa.ru

Должность: преподаватель

Почтовый адрес: 236000 РФ г. Калининград, Московский пр-кт, д.92, кв.28

Телефон: +7 963 738 8341

Адрес электронной почты: tina3268@yandex.ru