

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Рогаля Евгения Александровича «Формирование маркетинговых компетенций бакалавров в системе непрерывного профессионального туристского образования регионального вуза», представленной на соискание ученой степени кандидата педагогических наук по специальности 13.00.08 - теория и методика профессионального образования в докторский совет Д 212.084.03 при Балтийском федеральном университете им. И. Канта

Развитие туризма имеет большое значение для государства в целом, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований. В РФ туризм рассматривается как существенная составляющая инновационного развития страны. Это отражено, как в концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, так и в стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. Несмотря на это текущий кризис в стране оказывает негативное влияние как на экономику в целом, так и на туристскую отрасль, а именно, туристские компании, в частности. В связи с этим остро стоит вопрос, касающийся конкурентоспособности каждого туристского предприятия, который находит свое отражение в наличии квалифицированных кадров, которые должны владеть своими профессиональными компетенциями на самом высоком уровне. И маркетинговые компетенции не являются исключением. Все это подчеркивает актуальность представленной темы докторской диссертации.

Как отмечает Е.А. Рогаль, в теории и практике профессионального туристского образования сложилось противоречие между «необходимостью совершенствования методической системы формирования профессиональных компетенций, в том числе и маркетинговых, в системе непрерывного профессионального образования и недостаточной разработанностью теоретико-методологических и методических основ в области совершенствования методической системы формирования маркетинговых компетенций, оперативно-реагирующей на изменения в туристской сфере и оптимально отражающей данные изменения в процессе подготовки студента в рамках СПО-ВО направления 43.02.10 и 43.03.02 «Туризм».

Стремление найти пути разрешения данных противоречий и определили проблему, проведенного автором исследования.

В работе корректно определены объект, предмет, цель и задачи исследования, сформулирована гипотеза, обоснованы методологические основы и методы исследования, а также раскрыты новизна, теоретическая и практическая значимость.

Научную новизну проведенного исследования определяют следующие положения:

1. Систематизированы научные знания по проблеме развития и сущности непрерывного туристского профессионального образования на основе трудов отечественных и зарубежных ученых.

2. Уточнено понятие «маркетинговая компетентность» в аспекте туристского образования под которым понимается составная часть профессиональной компетентности, характеризующаяся сформированностью потребности, мотивации, а также 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 клиенто-ориентированного подхода и повышения конкурентоспособности компании.

Научно обоснованной представляется разработанная автором методическая система по формированию маркетинговых компетенций кадров по туризму в системе «среднее профессиональное образование – высшее образование (бакалавриат)».

Заслуживает внимания систематизированные автором основные группы маркетинговых компетенций студентов в системе «среднее профессиональное образование – высшее образование (бакалавриат)» с учетом принципа преемственности.

Теоретическая значимость проведенного исследования заключается во внесении вклада в развитие методики непрерывной профессиональной туристской подготовки (в рамках образовательных звеньев СПО-ВО); в конкретизации понятия «маркетинговая компетентность» с точки зрения формирования туристских профессиональных компетентностей; в систематизации преемственных маркетинговых компетенций.

Считаю важным подчеркнуть практическую значимость проведенного Рогалем Е.А. исследования, которая заключается во внедрении методической системы по формированию маркетинговых компетенций, основанной на краткосрочных элективных курсах-тренингах (Электронный маркетинг I: e-mail маркетинг; Электронный маркетинг II: Social Media Marketing; Активная техника продаж турпродукта; Активная техника продаж турпродукта: продвинутый уровень).

Диссертация соответствует критериям, установленным Положением о присуждении ученых степеней, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года, № 842 (пп. 9, 10, 11, 13, 14), а его автор, Рогаль Евгений Александрович, заслуживает присуждения ученой степени кандидата педагогических наук по специальности 13.00.08 - теория и методика профессионального образования.

Член-корреспондент РАО,

доктор педагогических наук,

доктор психологических наук, профессор,

директор института педагогики и психологии образования

ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»

А.И. Савенков

7 марта 2018 г.
asavtnkov@bk.ru



Подпись руки А.И. Савенкова
Главный специалист финансовой
отделы - О.И. Максимова