

ОСОБИСТИЙ БРЕНДБУК ПЕДАГОГА: АКТУАЛЬНІСТЬ, СТРУКТУРА ТА ЗНАЧЕННЯ

A TEACHER'S PERSONAL BRAND BOOK: RELEVANCE, STRUCTURE AND SIGNIFICANCE

У статті обґрунтовано актуальність та значення розвитку особистого бренду для педагогів. В умовах глобалізаційних викликів, стрімкого розвитку цифрових технологій та штучного інтелекту, компетентного фахівця серед конкурентів виділяють не тільки добре розвинені hard чи soft skills, але й уміння публічно себе презентувати, нетворкінг та особистий бренд. Автором схарактеризовано зміст та структуру методичного порадики «Особистий бренд-бук педагога». Підкреслено важливість та переваги розвитку особистого бренду в умовах воєнного стану. Методичний порадики «Особистий брендбук педагога» розглядаємо як дієвий інструмент, який допоможе вчителю: розвинути професійні компетентності щодо формування особистого бренду; поглибити процес самооцінки, самоосвіти, саморефлексії; підвищити свій професійний рівень шляхом розвитку особистого бренду; удосконалити вміння приймати нестандартні рішення в ситуаціях ринкової конкуренції, уникаючи стереотипізації і шаблонів, засвоювати нові професійні ролі і функції в сучасних умовах. Методичний порадики буде корисним для слухачів курсів підвищення кваліфікації у системі післядипломної педагогічної освіти, для студентів педагогічних спеціальностей в умовах підготовки закладів вищої освіти, педагогічних працівників закладів загальної середньої освіти; методичних служб усіх рівнів, а також усіх, хто цікавиться проблемою розвитку особистого бренду педагога в умовах сучасних викликів.

Дослідження проведено у межах науково-дослідної роботи кафедри філософії і освіти дорослих ЦІПО ДЗВО «УМО» за темою «Теоретико-методичні засади професійного розвитку педагогічних і науково-педагогічних працівників в умовах відкритого університету післядипломної освіти» (державний реєстраційний номер 0120 У104637 (2020–2025 рр.) (підтема «Науково-методичний супровід професійного розвитку педагогічних працівників в умовах відкритого університету післядипломної освіти»).

Ключові слова: особистий бренд, особистий бренд педагога, розвиток особистого бренду педагога, особистий брендбук педагога, курси підвищення кваліфікації.

The article substantiates the relevance and importance of personal brand development for teachers. In the conditions of globalization challenges, rapid development of digital technologies and artificial intelligence, a competent specialist is distinguished from competitors not only by well-developed hard or soft skills, but also by the ability to present oneself publicly, networking and a personal brand. The author characterized the content and structure of the methodical advisor «Personal brandbook of a teacher». The importance and advantages of developing a personal brand in the conditions of martial law are emphasized. We consider the methodical advisor «Personal brandbook of a teacher» as an effective tool that will help a teacher: develop professional competences regarding the formation of a personal brand; deepen the process of self-assessment, self-education, self-reflection; increase your professional level by developing your personal brand; improve the ability to make non-standard decisions in situations of market competition, avoiding stereotyping and templates, learn new professional roles and functions in modern conditions. The methodical advisor will be useful for students of advanced training courses in the system of post-graduate pedagogical education, for students of pedagogical specialties in the conditions of preparation for higher education institutions, pedagogical workers of general secondary education institutions; methodical services of all levels, as well as everyone who is interested in the problem of developing a teacher's personal brand in the face of modern challenges.

The research was carried out within the scope of the research work of the Department of Philosophy and Adult Education of the CIPE of the SIHE «UEM» on the topic «Theoretical and methodological foundations of the professional development of pedagogical and research-pedagogical workers in the conditions of an open university of postgraduate education» (state registration number 0120 U104637 (2020–2025 y.) (subtopic «Scientific and methodological support of professional development of teaching staff in the conditions of an open university of postgraduate education»).

Key words: personal brand, teacher's personal brand, teacher's personal brand development, teacher's personal brand book, professional development courses.

УДК 378:37.001

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2024/74.44>

Шабала Ю.А.,

докт. філос.,

доцент кафедри філософії і освіти дорослих

Центрального інституту післядипломної освіти Державного закладу вищої освіти «Університет менеджменту освіти» Національної академії педагогічних наук України

Постановка проблеми у загальному вигляді.

В умовах глобалізаційних викликів, стрімкого розвитку цифрових технологій та штучного інтелекту, компетентного фахівця серед конкурентів виділяють не тільки добре розвинені hard чи soft skills, але й уміння публічно себе презентувати, нетворкінг та особистий бренд. Це ті три важливі аспекти, які дозволяють швидко знаходити роботу, нові проекти, підвищувати свою цінність на ринку праці та закривати інші професійні запити. Основа поняття

«особистого бренду» – особистість. І попри стомлене та популярне формулювання, використання соціальних медіа та перетворення особистості на бренд має цінності й переваги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання формування і розвитку особистого бренду розглядалися у працях фахівців з різних галузей, і належить як вітчизняним, так і зарубіжним вченим. Зокрема, значний інтерес становлять праці Д. Каплунова, українського класика сучасного

маркетингу, який запропонував у своїй книзі «Персональний брендбук» 111 інструментів, які навчають вести справи так, аби стати найбільш затребуваним спеціалістом на ринку [3]; Дж. Філбріка та А. Клівленда, які досліджували особистий бренд як шлях до професійного успіху [11], Л. Харріс та А. Рея, які вивчали розвиток особистого бренду через соціальні мережі [10]; О. Мороза, який описав теорію сучасного брендингу [6]; О. Федас, яка запропонувала практичні рекомендації щодо створення та просування персонального бренду педагога [8], С. Кравченка та С. Бажана, які досліджували персональний брендинг як сучасну фахову компетентність майбутнього педагога [5], О. Помаза, який досліджував концепцію персонального бренду, його ідентифікацію і позиціонування [7] та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак вагомим дослідженням щодо створення та розвитку особистого бренду педагогічних працівників не вичерпують всіх аспектів цієї проблеми, а зумовлюють потребу у розробленні науково-методичного забезпечення освітнього процесу в межах курсів підвищення кваліфікації під час вивчення теми спецкурсу «Розвиток особистого бренду педагогічних працівників».

Мета статті: обґрунтувати актуальність та значення розвитку особистого бренду для педагогів. Охарактеризувати зміст та структуру методичного poradnika «Особистий брендбук педагога» як дієвий інструмент для педагогів, які прагнуть підвищити свій рівень професійного розвитку та вибудувати успішну кар'єру в освітній сфері. Підкреслити важливість та переваги розвитку особистого бренду в умовах воєнного стану.

Виклад основного матеріалу. В умовах сучасних викликів більшість українських педагогів мають свій сайт чи блог, де розміщують корисну та цікаву інформацію для учнів, колег, батьків. Стало популярним також публікувати власні розробки – конспекти уроків, заходів, дидактичні матеріали, завдяки чому забезпечується обмін досвідом та отримання зворотного зв'язку від колег-педагогів. Таким чином, з інформації на сайті чи блозі вчителя можна отримати максимум інформації про його професійну діяльність. Та поруч із сайтами та блогами, педагоги, як і більшість користувачів Інтернету, мають свої сторінки в соціальних мережах, де публікують новини із свого особистого життя, фотографії, а також посилання на корисні ресурси Інтернету.

І найголовніше, чи на часі розвивати особистий бренд вчителю? Війна, про що ви? А як бути? По-перше, це культура зростання: Україна переживає одночасно економічний занепад та стрімкий розвиток у сфері освіти. Якщо вчитель є експертом у своїй галузі, зараз – ідеальний момент поділитися знаннями та допомогти іншим. По-друге,

соціальні мережі: освітяни все більше часу проводять в соціальних мережах. Особистий бренд вчителя може залучити велику аудиторію, яка хоче навчитися чомусь новому чи знайти натхнення в ці складні часи. По-третє, конкурентна перевага: особистий бренд може надати вчителю конкурентну перевагу на ринку праці. Особистий бренд робить вчителя унікальним та впізнаваним. По-четверте, зростання довіри: довіряють експертам та лідерам думок, які діляться знаннями та допомагають спільноті. Однак, попри ряд переваг, кожен вчитель самостійно вирішує, чи потрібно йому розвивати особистий бренд в умовах воєнного стану.

У наших попередніх публікаціях ми дослідили та проаналізували актуальність та значення розвитку особистого бренду педагогічних працівників в межах курсів підвищення кваліфікації; проаналізували стан розвитку особистого бренду педагогічних працівників (на базі Комунальної установи «Прилуцький центр професійного розвитку педагогічних працівників» Прилуцької міської ради Чернігівської області) та результати опитування (анкетування) слухачів курсів підвищення кваліфікації за категорією «Керівники, новопризначені керівники та консультанти центрів професійного розвитку педагогічних працівників», яке здійснювалось в межах вивчення спецкурсу «Розвиток особистого бренду педагогічних працівників». Проведене дослідження дозволило зробити висновки, що розвиток особистого бренду педагога – це довготривалий динамічний процес, який потребує безперервного самовдосконалення, стійкої мотивації та є важливим для тих педагогічних працівників, які прагнуть утвердитися як експерти чи авторитети у сфері освіти [9, 12].

У контексті педагогічного дослідження, що проводиться в межах науково-дослідної роботи кафедри філософії і освіти дорослих ЦІПО ДЗВО «Університет менеджменту освіти» НАПН України «Трансформація професійного розвитку педагогічних і науково-педагогічних працівників в умовах відкритого університету післядипломної освіти» (державний реєстраційний номер 0120U104637 (2020–2025 рр.) (підтема «Науково-методичний супровід професійного розвитку педагогічних працівників в умовах відкритого університету післядипломної освіти») розроблено методичний poradnik «Особистий брендбук педагога».

Зміст методичного poradnika включає в себе поради зі створення та розвитку особистого бренду педагога та складається з таких структурних елементів: передмова, рубрики: «Що таке особистий бренд?», «Кому потрібен особистий бренд?», «Кому не потрібен особистий бренд?», «Самопрезентація», «Розпаковка особистості та експертності», «Структура особистого бренду педагога», «Принципи побудови особистого бренду», «Стратегії просування особистого

бренду», «Вибір майданчиків для комунікації», «Як вийти на «свою» аудиторію?», «Інструменти залучення аудиторії», «Який контент?», «На що не варто звертати увагу або хто такі «хейтери»?», «ТОП-5 порад: «Як впоратися з негативом у соціальних мережах», «Як створити власний онлайн-курс та бути впізнаваним у соцмережах?», «Сторінки педагогів, які перетворили соціальні мережі в освітній продукт», післямова, список використаних та рекомендованих джерел, додатки.

Методичний poradnik «Особистий брендбука педагога» допоможе вчителю: розвинути професійні компетентності щодо формування особистого бренду; поглибити процес самооцінки, самоосвіти, саморефлексії; підвищити свій професійний рівень шляхом розвитку особистого бренду; удосконалити вміння приймати нестандартні рішення в ситуаціях ринкової конкуренції, уникаючи стереотипізації і шаблонів, засвоювати нові професійні ролі і функції в сучасних умовах.

У рубриці «Що таке особистий бренд?» особлива увага зосереджується на сутності поняття «особистий бренд» та історичних аспектах виникнення особистого бренду вчителя. Про значення та переваги, які може мати педагог, що розвиває свій особистий бренд представлено у рубриці «Кому потрібен особистий бренд?». Рубрика «Кому не потрібен особистий бренд?» містить перелік рекомендацій, які пояснюють, кому не потрібен особистий бренд. У рубриках «Самопрезентація» та «Розпаковка особистості та експертності» містяться поради та покроковий алгоритм про те, як ефективно розповісти про свою історію й самого себе. Рубрика «Структура особистого бренду педагога» відповідає на питання «З чого складається особистий бренд?» та акцентує увагу на ключових елементах, які допоможуть педагогу підвищити свій особистий бренд та стати авторитетом у галузі освіти. У рубриці «Принципи побудови особистого бренду» описано головні принципи побудови особистого бренду. Рубрика «Стратегії просування особистого бренду» містить різні варіанти стратегій просування особистого бренду. У рубриці «Вибір майданчиків для комунікації» з аудиторією подано онлайн/офлайн-інструменти для комунікації та ідеї публікацій в соціальній мережі Facebook/Instagram. Рубрика «Як вийти на «свою» аудиторію?» запропоновані приклади ефективної взаємодії з цільовою аудиторією. У рубриці «Інструменти залучення аудиторії» запропоновані поради та інструменти, які допоможуть створювати, публікувати та просувати свій контент для залучення аудиторії. У рубриці «Який контент?» містяться поради щодо створення цінного та якісного контенту та ТОП-5 типів контенту. Рубрика «На що не варто звертати увагу або хто такі «хейтери»?»

знайомить читачів із поняттям «хейтери» та ознаками хейту. У рубриці «ТОП-5 порад: «Як впоратися з негативом у соціальних мережах» запропоновані поради, які допоможуть впоратися з негативом у соціальних мережах. Матеріал рубрики «Як створити власний онлайн-курс та бути впізнаваним у соцмережах?» описує покрокові поради щодо створення власного онлайн-курсу. За допомогою Qr-кодів у рубриці «Сторінки педагогів, які перетворили соціальні мережі в освітній продукт» зацентровано увагу на сторінки педагогів, які перетворили соціальні мережі в освітній продукт. У додатках розміщена додаткова інформація, а саме: зразок Swot-аналізу професійної діяльності педагога, чек лист особистого бренду та ТОП-5 прийомів, які перетворюють особистий бренд на цікаву та яскраву особистість. На Рис. 1, 2, 3 наведено приклади візуалізації методичного poradnika.

Висновки. Отже, розроблений нами методичний poradnik «Особистий брендбука педагога» буде корисним для слухачів курсів підвищення кваліфікації у системі післядипломної педагогічної освіти, для студентів педагогічних спеціальностей



Рис. 1. Візуалізація до рубрики «Кому потрібен особистий бренд?»



Рис. 2. Візуалізація до рубрики «Структура особистого бренду педагога»



Рис. 3. Візуалізація до рубрики «Сторінки педагогів, які перетворили соціальні мережі в освітній продукт»

в умовах підготовки закладів вищої освіти, педагогічних працівників закладів загальної середньої освіти; методичних служб усіх рівнів, а також усіх, хто цікавиться проблемою розвитку особистого бренду педагога в умовах сучасних викликів. Сподіваємось, що методичний poradnik «Особистий брендбук педагога» стане надійним помічником вчителя у створенні та розвитку особистого бренду.

Перспективами подальшого дослідження вбачаємо у впровадженні методичного poradnika «Особистий брендбук педагога» у межах курсів підвищення кваліфікації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бренд-менеджмент: теорія і практика.-навч. посібник / укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. 204 с.
2. Голубев. В. Рівне Дієслово. Інструменти ефективності для людей розумової праці. Друк Волині, 2019. 160 с.
3. Каплунов Д. О. Персональний брендбук. 111 інструментів, щоби стати найбільш затребуваним і високооплачуваним. 2023. 288 с.

4. Каплунов Д. О. Королі соціальних мереж. Як підвищувати популярність, залучати клієнтів та будувати особистий бренд у соціальних мережах за технологією SOCIAL SELLING / Денис Каплунов; перекладач Ольга Жукова; 4-те вид. Київ: видавництво Букшеф, 2023. 432 с.

5. Кравченко С. О., Бажан С. П. Персональний брендинг як сучасна фахова компетентність майбутнього педагога. *Інноваційна педагогіка*. Вип. 48. Т. 2. 2022. С. 124–127.

6. Мороз О. В. Теорія сучасного брендингу : монографія. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2003. 104 с.

7. Помаз О. М. Концепція персонального бренду, його ідентифікація і позиціонування. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*, 2015, Вип. 2 (11), Економічні науки. С. 204–209.

8. Федас О. В. Персональний бренд педагога: практичні рекомендації щодо створення та просування. *Світові освітні тренди: створення творчого середовища STEAM-навчання : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. online-конф.*, 25–27 бер. 2021 р. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2021. С. 122–124.

9. Шабала Ю. А. Розвиток особистого бренду педагогічних працівників в межах курсів підвищення кваліфікації: важливо чи ні? YouTube. 2024. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YafOyigZN0I> (дата звернення: 29.06.2024).

10. Harris, L., and Rae, A. Building a personal brand through social networking. *J. Bus. Strat.* 32, 2011. P. 14–21. doi: 10.1108/02756661111165435

11. Philbrick, J. L., and Cleveland, A. D. Personal branding: building your pathway to professional success. *Med. Ref. Serv. Q.* 34, 2015. 181–189. DOI: 10.1080/02763869.2015.1019324 (дата звернення: 07.07.2024).

12. Shabala Y. Development of the personal brand of teaching Staff. *Zeszyty Naukowe. Nauki Społeczne, Humanistyczne i Pedagogiczne*. Nr 91 (3/2023), Łomża. Wydawnictwo: MANS w Łomży, 2023. P. 248–254. URL: <https://zeszyty-naukowe.wsa.edu.pl/91-3-2023/> (дата звернення: 08.07.2024).