



УДК 378.147:005.32

METHODS FOR PROFESSIONAL IMAGE FORMATION IN FUTURE EDUCATIONAL MANAGERS DURING THEIR MASTER'S TRAINING

МЕТОДИКА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ОСВІТИ У МАГІСТЕРСЬКІЙ ПІДГОТОВЦІ

Тутаренко А.А. / Тутаренко А.А.

PhD student / здобувач ступеня доктора філософії

ORCID: 0000-0002-7939-0579

Alfred Nobel University, Dnipro, Sicheslavskya Naberezhna St., 18, 49000

ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля», Дніпро, Січеславська набережна, 18, 49000

Анотація. Стаття розкриває проблему формування професійного іміджу майбутніх менеджерів освіти у процесі магістерської підготовки. Побудовано методiku як поетапну й цілеспрямовану діяльність, що забезпечує становлення компонентів та цілісної структури професійного іміджу в майбутніх керівників закладів освіти. З'ясовано, що досліджуваний процес ґрунтується на ряді принципів, серед яких загальнодидактичні та специфічні принципи, зокрема науковості, пріоритету професійної компетентності й управлінської культури, інтеграції теорії та практики, індивідуалізації, зв'язку зі стейкхолдерами та професійними об'єднаннями, адаптивності форм, методів та технологій, зорієнтованості на практику освітнього менеджменту, гнучкості, цифровізації та гейміфікації, професійної та особистісної рефлексії. Реалізація методики відбувається під час підготовчого, розвивального, формувального й рефлексивного етапів, кожен з яких має свою мету, завдання та послуговується специфічними методами, формами і технологіями. Зроблено висновок щодо необхідності комплексного формування в майбутніх керівників закладів освіти зовнішнього виразу та внутрішньої сутності особистості та професіонала, його професійного іміджу.

Ключові слова: професійний імідж, майбутні керівники закладів освіти, магістерська підготовка, методика, педагогічні умови

Вступ. Необхідність розробки спеціальної методики формування професійного іміджу майбутнього освітнього менеджера в магістерській підготовці зумовлена вимогами сучасного ринку праці та освітнього середовища, де велике значення набувають не тільки фахові знання, але й м'які навички, зокрема лідерство, комунікація, креативність. В умовах конкуренції та постійних змін в освітній сфері, сформований професійний імідж допомагає майбутнім керівникам освітніх установ не лише адаптуватися до нових викликів, але й ефективно позиціонувати себе на ринку праці, сприяє формуванню стратегічного мислення, необхідного для успішного планування кар'єри, і водночас ефективно послуговуватися технологіями особистого брендингу та самопрезентації. Отже, розроблення та запровадження методики є вагомим чинником підготовки майбутніх лідерів у сфері освіти, забезпечуючи їм необхідні компетентності задля досягнення професійного успіху.

У літературі можна прослідкувати чимало підходів до побудови методики формування професійного іміджу в майбутніх фахівців. Зокрема, Н. Ткаченко, спираючись на зміст цього феномену для майбутніх учителів іноземних мов, виокремлює габітарний, вербальний та середовищний напрями, що передбачають змістове наповнення методики з позицій знанневого, ціннісного, нормативного, діяльнісного й прогностичного підходів [4, с. 182]. А. Коркішко



визначає як змістовий концентр формувальних впливів на професійний імідж педагогів постійно діючий семінар «Імідж сучасного педагога» [1, с. 535]. У різних авторських розробках методика може включати навчання та самонавчання, планування кар'єри, розвиток особистісних якостей, створення професійного портфоліо, активне використання соціальних мереж та інші засоби, які допомагають фахівцеві створити та підтримувати потужний професійний імідж [7]. Своєю чергою більшість дослідників структурує формувальні впливи на ряд етапів, як наприклад О. Мармаза виокремлює інформаційно-аналітичний, організаційний, семантичний, регулятивний та корекційний етапи формування особистого та професійного іміджу вчителя [8]. Існують і інші підходи, що забезпечують логічність та несуперечливість такої системи педагогічної роботи.

Тож, пересвідчуємося, що в сучасній системі професійної підготовки накопичено чималий досвід з формування професійного іміджу як майбутнього, так і вже працюючого фахівця. Доцільним є адаптація цього досвіду до сучасних соціокультурних реалій та специфіки професійної підготовки тої чи тої спеціальності.

Метою статті є розкриття головних аспектів методики формування професійного іміджу майбутніх керівників закладів освіти у процесі магістерської підготовки.

Головні складники методики формування професійного іміджу в майбутніх керівників закладів освіти. Студіювання першоджерел [5-7] показує, що формування професійного іміджу майбутніх керівників закладів освіти ґрунтується на ряді важливих *принципів*, з-поміж них: науковості, пріоритету професійної компетентності й управлінської культури, інтеграції теорії та практики, індивідуалізації, зв'язку зі стейкхолдерами та професійними об'єднаннями, адаптивності форм, методів та технологій, зорієнтованості на практику освітнього менеджменту, гнучкості, цифровізації та гейміфікації, професійної та особистісної рефлексії.

Ці принципи допомагають сформувати такі компоненти професійного іміджа як *ядро* (Я-концепція фахового спеціаліста), *внутрішні* (спеціальні здібності, гуманістична спрямованість, психофізіологічні й моральні якості), *зовнішні* (вербальні, кінетичні, середовищні, речові, габітарні поведінкові характеристики) й *професійно-процесуальний* (комунікативна, управлінська, фахова, іміджотворча компетентності) змістові складники, а також створити міцне підґрунтя для ефективного управління освітнім закладом та розвитком його бренду [3].

Методику формування професійного іміджу майбутніх керівників закладів освіти в умовах магістратури представляємо у вигляді чотирьох етапів: підготовчого, розвивального, формувального й рефлексивного.

Підготовчий етап спрямований на підготовку необхідного методичного забезпечення процесу формування професійного іміджу в магістрантів спеціальностей 011 Освітні, педагогічні науки та 073 Менеджмент (Управління закладом освіти), визначення вихідного рівня їх знань та навичок щодо іміджмейкерства та особливостей управління в галузі освіти за ознаками



мотиваційно-ціннісного, когнітивного, поведінкового й творчо-рефлексивного критеріїв [3].

Розвивальний етап має на меті створення теоретичної та мотиваційної основи для формування в майбутніх керівників закладів освіти професійного іміджу.

Це, передусім, має забезпечити засвоєння магістрантами ключових теорій та понять зі сфер управління освітою, педагогіки, психології, менеджменту й іміджології, знань щодо значення, змісту й шляхів формування професійного іміджу, а також розвиток у них мотивації та виокремлення особистісних і кар'єрних цілей. Змістовою основою має стати дисципліни фахової підготовки, зокрема «Стратегічне управління в сфері освіти», «Соціологія і психологія управління закладом освіти», «Управління проектами та фандрайзинг у сфері освіти», вибіркові дисципліни, як-от «Самоменеджмент (тайм- і стрес-менеджмент)», «Лідерство і командоутворення», «Комунікації в професійній діяльності» тощо. До змісту цих дисциплін слід додати теми та спеціально розроблені лекції й семінари, що забезпечують засвоєння необхідних знань, а також сприяють усвідомленню магістрантами важливості професійного іміджу та пов'язують його з кар'єрним зростанням майбутнього фахівця.

Формувальний етап методики забезпечує становлення та розвиток компонентів професійного іміджу – фахового й особистісного, і до того ж таких самостійних його складників, як ментальний, габітарний, комунікативний, кінестетичний і середовищний імідж. Зміст цього етапу складає:

- 1) відпрацювання на практиці у педагогічній, управлінській, громадській, комунікативній квазі-професійній діяльності кожним магістрантом свого неповторного й природного професійного іміджу;
- 2) стажування, управлінська й педагогічна практика в освітніх установах задля набуття досвіду самопрезентації й брендінгу;
- 3) цілеспрямований розвиток лідерських якостей шляхом залучення до реалізації проєктів, волонтерської діяльності та студентського самоврядування;
- 4) нетворкінг, коворкінг та встановлення професійних зв'язків щодо обміну досвіду в галузі створення й презентації професійного іміджа [4; 6].

Доцільними під час аудиторної роботи можуть стати інтерактивні методи. Наприклад, О. Митцевою доведено результативність колективних інтеракцій – флешмобу, моделювання іміджу певної професії, професійної дискусії, професійного рингу, брифінгу, прес-конференції, кооперативної роботи – спільного проєкту, експерименту, командного пошуку інформації, кола професійних ідей, групової діяльності – моделювання рольових ситуацій, співбесіди, атестації, ділових ігор, актуального інтерв'ю у формуванні професійного іміджу [2].

Основою для роботи на цьому етапі може стати спеціально розроблений зміст позааудиторної діяльності майбутніх керівників закладів освіти та курс за вибором «Основи професійного іміджу», що мають підготувати майбутніх керівників освітніх закладів до ефективної професійної діяльності у сфері управління освітою із сучасним підходом до генерації та підтримки власного



іміджу та бренду закладу [1].

У професійну підготовку майбутніх керівників закладів освіти доцільно інтегрувати тренінги та воркшопи з розвитку лідерських та комунікаційних навичок, кейси з розвитку творчих, управлінських, організаторських, рефлексивних і спеціальних фахових здібностей, клуби («Лідер», «Клуб успішних людей», «Тайм-менеджмент і самоефективність» тощо) [7].

Зокрема, *майстер-клас «Лідерство та імідж»* допоможе встановити зв'язок між лідерськими якостями та професійним іміджем та вмотивувати учасників до підвищення фахового рівня. Серед методів і технологій на майстер-класі можуть бути використані рольові ігри «Лідерські ситуації», ігри на встановлення довіри, вправи на самопізнання власного лідерського стилю, дискусія, групова робота, кейси на розроблення персонального бренду закладу освіти, метафори та аналогії для індивідуальних презентацій [6].

Тренінг-сесія «Персональний бренд як інструмент освітнього лідера» може поєднувати кілька воркшопів, об'єднаних спільною метою – формування основ професійного іміджу та цифрового освітнього брендингу. Провідною формою на кожному занятті має бути робота в малих групах над створенням персонального іміджу – від визначення ключових цінностей до створення «елеваторної промови» про себе, свої головні переваги та недоліки, що потребують коригування; і далі – до моделі професійного розвитку й особистісного бренду.

До найбільш дієвих методів формування професійного іміджу в майбутніх керівників закладів освіти належить – *кейс-метод* або метод ситуаційного аналізу. Наприклад, система кейсів на тему «Вирішення конфліктів та професійний імідж: реальні сценарії» охоплює реальні конфліктні ситуації, для вирішення яких професійний імідж керівника відіграє ключову роль; «Стратегії комунікації для ефективного лідерства» – кейси, що ілюструють майстерність ефективного керівника закладу освіти у спілкуванні, стилі лідерства, їх віддзеркалення в професійному образі [2].

Ще одним ефективним методом є *сторітеллінг (розповідання історій)*. Він передбачає використання особистих історій та анекдотів для ілюстрації ключових моментів кар'єри та життєвих і професійних цінностей. Накопичені сценарії, вдалі стратегії подання інформації про себе можуть стати в нагоді майбутнім керівникам закладів освіти у побудові комунікативного й кінестетичного професійного іміджу.

На аудиторних заняттях можна також використовувати *метод візуалізації* (інфографіку, графічні моделі, професійні фотографії, відео тощо) задля наочної презентації навичок, досягнень та особистісних характеристик магістрантів як складників їх габітарного професійного іміджу. Доцільними можуть стати методи *метафор та аналогій*, які допомагають зробити цей образ більш яскравим та таким, що краще запам'ятовується.

Ще одним важливим методом є *нетворкінг*, або іміджмейкерська діяльність у Інтернет. Вона, насамперед, охоплює роботу в соціальних медіа та блогінг задля демонстрації магістрантами своїх фахових навичок, обміну думками та ідеями з експертами галузі, колегами, іншими зацікавленими сторонами в освітньому брендингу [8].



Магістрантам можна порекомендувати створити концепцію та організувати власний *персональний вебсайт* у межах самостійної роботи з фахових дисциплін. Такий вебсайт може стати центральним місцем для трансляції професійного іміджу, інформації про майбутнього керівника закладу освіти як професіонала через портфоліо, резюме, професійні статті, мультимедійний контент, інтерактивні презентації, засоби зворотного зв'язку тощо. Наступним етапом може стати створення та розвиток спільноти навколо професійного бренду, залучення послідовників через соціальні мережі, вебінари, онлайн-курси тощо.

Магістрантів слід націлювати на активну участь у професійних заходах, конференціях, воркшопах, де вони можуть не лише навчатися, але й пропагувати власні ідеї, апробувати різні концепції свого професійного іміджу та встановлювати контакти з фахівцями освітньої та управлінської галузі [5].

У ході формувального етапу важливо забезпечити *моніторинг* стану професійного іміджу майбутніх керівників закладів освіти. Цей процес передбачає систематичне відстеження та оцінку прогресу магістрантів у формуванні цього складного особистісного утворення за мотиваційно-ціннісним, когнітивним, поведінковим і творчо-рефлексивним критеріями відповідно до показників низького, середнього, прийнятного та високого рівнів [3].

Збір та аналіз даних моніторингу може відбуватися через експертне оцінювання з боку викладачів щодо поведінки, навчальної та наукової активності магістрантів. Доцільно також залучати майбутніх керівників закладів освіти до процесу самоаналізу й самооцінки, щоб вони могли рефлексувати над власним прогресом у розвитку професійного іміджу. Одним із інструментів моніторингу може стати *портфоліо* – тека (матеріальна чи цифрова), в якій накопичуються усі досягнення й отриманий досвід іміджмейкерства.

У сформованій системі педагогічної роботи щодо формування професійного іміджу можуть бути передбачені регулярні звіти у формі самопрезентацій, зустрічей за круглим столом, де студенти можуть фіксувати свій прогрес та отримувати конструктивний зворотний зв'язок.

За результатами поточного моніторингу необхідно регулярно оновлювати індивідуальні плани професійного розвитку, здійснювати корекцію професійних цілей за *технологією SMART*, тобто допомагати магістрантам у визначенні конкретних, вимірюваних, досяжних, реалістичних та часово обмежених цілей в розвитку професійного іміджу.

Рефлексивний етап методики формування професійного іміджу в майбутніх керівників закладів освіти передбачає рефлексивний аналіз та оцінку запропонованих засобів, зіставлення результатів вихідного й кінцевого зрізів.

Висновки. Під методикою в нашому дослідженні розуміємо поетапну й цілеспрямовану діяльність, що забезпечує становлення компонентів та цілісної структури професійного іміджа в майбутніх керівників закладів освіти. Така методика має на меті допомогу у самопрезентації магістрантів як професіоналів та цілісних особистостей, у виокремленні їх сильних сторін, компетенцій та досягнень, у компенсації вад та недоліків, а також у формуванні позитивного сприйняття серед колег, клієнтів та інших зацікавлених сторін. Методика



ґрунтується на ряді принципів та реалізується у плинні підготовчого, розвивального, формувального й рефлексивного етапів. Методика спирається на комплексний підхід, який включає в себе систему заходів, технік і стратегій, спрямованих на розвиток та вдосконалення зовнішнього виразу та внутрішньої сутності особистості та професіонала, його професійного іміджа.

Література:

1. Коркішко А. В. Формування професійного іміджу педагогічних кадрів (за матеріалами семінару „Імідж сучасного педагога”). *Vzdelávanie a spoločnosť II. medzinárodný nekonferenčný zborník* / R. Bernátová, T. Nestorenko (Eds.). Prešov: Prešovská univerzita, 2017. s. 531–538.

2. Митцева О.С. Інтерактивні методи формування позитивного професійного іміджу майбутнього фахівця з інформаційних технологій. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія: «Педагогічні науки»*. 2017. № 17–18. С. 137-142. URL: <https://ped-ejournal.cdu.edu.ua/article/view/2606/2752> (дата звернення: 12.11.2023).

3. Титаренко А. Зміст, критерії, показники та рівні сформованості професійного іміджу майбутніх керівників закладів освіти. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Педагогіка*. 2023. Том 16. № 31. DOI: [10.33296/2707-0255-16\(31\)-15](https://doi.org/10.33296/2707-0255-16(31)-15)

4. Ткаченко Н. М. Методика формування професійного іміджу майбутніх учителів іноземних мов у педагогічних закладах вищої освіти. *Інноваційна педагогіка*. 2018. Вип. 3. С. 180-183.

5. Шахматова Т.В. Формування професійного іміджу майбутніх фахівців в умовах ВНЗ. URL: https://scienceandeducation.pdpu.edu.ua/doc/2011/5_2011/17.pdf (дата звернення: 12.11.2023).

6. Cherkashyn A., Hren L., Asieieva I., Kurbanova H., Kurbanova M. The role of leadership qualities in the formation of professional competence and the image of future specialists. *Youth Voice Journal*. 2023. Spl Issue, p. 42-54.

7. Kalahurka K., Zasymentko S. The development of teacher's professional image in a modern school. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: «Педагогіка. Соціальна робота»*. 2022. Вип. 1(50). С. 116–119. DOI: [10.24144/2524-0609.2022.50.116-119](https://doi.org/10.24144/2524-0609.2022.50.116-119)

8. Marmaza O. Theoretical aspects of formation of the teacher's personal and professional image. *Educational Studios: Theory and Practice: Monograph*. Prague-Vienna: Premier Publishing s.r.o., 2018. P. 180-187.

References:

1. Korkishko, A.V. (2017), “Formuvannya profesijnoho imidzhu pedahohichnykh kadriv (za materialamy seminaru „Imidzh suchasnoho pedahoha”)” [Formation of the professional image of teaching staff (based on the materials of the seminar "Image of a modern teacher"). In Bernátová, R., Nestorenko, T. (Eds.) *Vzdelávanie a spoločnosť II. medzinárodný nekonferenčný zborník*, Prešovská univerzita, Prešov, pp. 531–538.

2. Myttseva, O. S. (2017), “Interaktyvni metody formuvannya pozytyvnoho profesijnoho imidzhu maybutn'oho fakhivtsya z informatsiynykh tekhnolohiy” [Interactive methods of forming a positive professional image of the future IT specialist], *Bulletin of the Cherkasy Bohdan Khmelnytsky*



National University. Series "Pedagogical Sciences", no. 17-18, pp. 137-142, available at: <https://ped-journal.edu.ua/article/view/2606/2752> (Accessed 12 November 2023).

3. Tytarenko, A.A. (2023). "Zmist, kryteriyi, pokaznyky ta rivni sformovanosti profesiynoho imidzhu maybutnikh kerivnykiv zakladiv osvity" [Content, criteria, indicators and levels of shaping the professional image of future heads of educational institutions], *Adaptive Management: Theory and Practice. Series Pedagogics*, vol. 16 (31). doi: 10.33296/2707-0255-16(31)-15

4. Tkachenko, N.M. (2018), "Methodics of future foreign languages teachers' professional image forming at pedagogical institutions of higher education", *Innovative Pedagogy*, no. 3, pp. 180-183.

5. Shakhmatova, T.V. (2011), "Formuvannya profesiynoho imidzhu maybutnikh fakhivtsiv v umovakh VNZ" [The professional image formation in future specialists in terms of HEI], available at: https://scienceandeducation.pdpu.edu.ua/doc/2011/5_2011/17.pdf (Accessed 12 November 2023).

6. Cherkashyn, A., Hren, L., Asieieva, I., Kurbanova, H., Kurbanova, M. (2023), "The role of leadership qualities in the formation of professional competence and the image of future specialists", *Youth Voice Journal*, Spl Is., pp. 42-54.

7. Kalahurka, K., Zasyenko, S. (2022), "The development of teacher's professional image in a modern school", *Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Series: «Pedagogy. Social Work»*, vol. 1(50), pp. 116–119. DOI: 10.24144/2524-0609.2022.50.116-119

8. Marmaza, O. (2018), "Theoretical aspects of formation of the teacher's personal and professional image". In *Educational Studios: Theory and Practice: monograph*, Premier Publishing s.r.o., Prague-Vienna, pp. 180-187.

Abstract. *The article reveals the problem of professional image formation in future education managers during their master's training. It has been found that in the conditions of competition and constant changes in the educational sphere, the formed professional image helps future heads of educational institutions not only to adapt to new challenges, but also to position themselves in the labour market effectively, contributes to the shaping of strategic thinking necessary for successful career planning, and at the same time competently operate by personal branding and self-presentation technologies.*

The article aims to reveal the main aspects of the method of shaping the professional image of future heads of educational institutions during their master's training.

The Method is defined as a step-by-step and purposeful activity that ensures the formation of the components and integral structure of the professional image of future heads of educational institutions. It has been shown that the research process is based on several principles including general didactic and specific ones, among them scientificity, the priority of professional competence and management culture, integration of theory and practice, individualization, communication with stakeholders and professional associations, adaptability of forms, methods and technologies, orientation to the practice of educational management, flexibility, digitalization and gamification, professional and personal reflection.

It has been emphasized that the implementation of the Method takes place within the preparatory, developmental, formative and reflective stages, each of which has its own goal, task and uses specific methods, forms and technologies. It has been concluded a need for comprehensive formation of the external expression and inner essence of the personality and expert, professional image in future heads of educational institutions.

Key words: *professional image, future heads of educational institutions, master's training, methods, pedagogical terms.*

Статья отправлена: 13.11.2023 р.

© Титаренко А.А.