

Управление образования Администрации города Иванова

Муниципальное бюджетное учреждение «Методический центр в системе образования»

Утверждено приказом МБУ МЦ

№ 97 от 31 августа 2020 года

ПЛАН

**проблемного семинара, направленного на повышение
профессиональной компетентности руководящих и
педагогических кадров МСО
«Личный брендинг педагога»**

Автор-составитель:
Катюжинская Н.Н.,
методит отдела
развития и
информационного
обеспечения

Иваново 2020

1. Пояснительная записка

Что же такое «бренд»? Бренд – это не вещь, продукт, компания или организация. Бренд лучше всего описать как сумму всего опыта человека, его восприятие вещи, продукта или организации. Бренд – понятие, существующее у нас в голове. Бренды не существуют без людей. Мы нужны брендам, а бренды нужны нам. Это именно наше восприятие делает что-то или кого-то брендом. Вот бренды, которые сразу приходят в голову. А что еще может быть брендом? Достопримечательности, звезды. А есть ли бренды в образовании? У любого человека есть свое лицо и особые навыки, и многие люди вполне могли бы создать свой бренд. Целевая аудитория для нас — те, чье мнение нам важно. Те, с кем мы бы хотели взаимодействовать и взаимодействовать эффективно. Это могут быть наши любимые, близкие люди, друзья, коллеги, сотрудники, партнеры, ученики, учителя, приятели, инспекторы ГИБДД и прочие и прочие...

В последнее время в сфере образовательных услуг наблюдается тенденция создания конкурентной среды. Конкуренция обычно отличается сильной персональной вовлеченностью в борьбу, активизацией субъекта действия, частичной деперсонализацией представлений о противнике. Это соперничество, борьба за достижение лучших результатов на каком-либо поприще. С этой целью внедряются два механизма: нормативное подушевое финансирование и узаконенная возможность привлечения внебюджетных средств. Государственная политика ориентирована на достижение главной экономической цели общества – рост ВВП (валовой внутренний продукт), что невозможно без наличия качественных трудовых ресурсов. Основным детерминантом качества трудовых ресурсов было и остаётся образование. Для создания в нём конкурентной среды должен существовать полноценный рынок образовательных услуг, нацеленный на удовлетворение растущих и постоянно меняющихся потребностей. В связи с этим логично говорить о технологии создания бренда образовательного учреждения, персонального бренда педагога, способах его поддержки и развития, потому что именно устойчивый бренд обеспечивает повышение конкурентоспособности. В современных условиях учитель должен задуматься о своей успешности и конкурентоспособности. Нельзя не согласиться с мнением: «В переходе к рыночным отношениям неизбежно должно произойти изменение личностной позиции учителя от статуса наемного государственного служащего, пассивно ожидающего, когда же государство увеличит заработную плату — на позицию самостоятельного профессионала, активного субъекта на рынке образовательных услуг, способного наилучшим образом распоряжаться своим интеллектуальным капиталом — своей педагогической, научно-педагогической квалификацией и находить наиболее выгодные сферы его применения — как в своем учебном заведении, так и в других учреждениях». (Стратегия модернизации содержания общего образования). Нововведения в системе российского образования ставят педагога в ситуацию необходимости качественного изменения профессиональных компетентностей, необходимости в позиционировании. Что же способствует созданию бренда учителя? Какие критерии успешности следует учитывать при создании собственного бренда?

Персональный бренд – это образ, складывающийся в сознании других людей, имеющий некоторое сообщество приверженцев и олицетворяющий нематериальные ценности (важные для данного сообщества). Профессионалы создали себе за время своей работы известное имя, которое идет впереди них как знамя. Они зарекомендовали себя как настоящие Профи в своем деле; все знают, что никто не справится с задачей лучше, чем они. Хотя не всегда это - есть правило.

Все известные люди сделали самое большое дело в своей жизни – создали себе имя. Это имя называется Персональный Личный Бренд - корпорация «Я». И эта корпорация работает на них всю оставшуюся жизнь. Есть выражение: «Первую половину жизни актер работает на свое имя, вторую половину жизни имя работает на него». Это в наш информационный век касается всех. Это не легко. Но это возможно!

Цель семинара: формирование и развития понятия «личный бренд педагога», обучение приемам формирования личного бренда.

Задачи семинара:

1. Ознакомить педагогов с понятием «личный бренд» и этапами становления личного брендинга.
2. Замотивировать педагогов на формирование личного бренда, как залог конкурентноспособности.
3. Обучить приёмам успешной самопрезентации.
4. Познакомить с особенностями выстраивания плана по развитию личного бренда.

Категория участников: методисты и педагоги системы дополнительного образования детей города Иваново, молодые педагоги.

Формы обучения: семинар, семинар-практикум, лекция, дискуссионные качели, тренинг.

2. Учебно-тематический план

№	Тема	Форма проведения	Кол-во часов	Дата
1.	«Что такое бренд педагога?»	Лекция	2	18.11.20
2.	Личный бренд и конкурентноспособность	Семинар	2	25.11.20
3.	«Внешний вид педагога». (Ладихина А.В.)	Семинар-практикум	2	02.12.20
4.	Продвижение личного бренда	Дискуссионные качели	2	09.12.20
5.	Самопрезентация педагога	Тренинг	2	16.12.20
ВСЕГО:			10 часов	

3. Содержание семинара

№	Тема	Содержание
1.	«Что такое бренд педагога?»	В данном семинаре рассматриваются понятия «личный бренд» и «личный брендинг». Актуальность вопроса. Этапы становления личного брендинга.
2.	Личный бренд и конкурентноспособность	Влияние развития бренда педагога на его конкурентноспособность с целью приобретения практического инструмента, помогающего осуществить свой профессиональный рост и систематизировать свои знания и умения.
3.	«Внешний вид педагога». (Ладихина А.В.)	Разбор принципов подбора гардероба с аксессуарами. Умение привлекать и удерживать общественное внимание для конвертирования его в актуальные блага. Как с помощью яркого личного бренда педагогу привлечь

		внимание детей и родителей, завоевать авторитет среди коллег-педагогов и повысить самооценку.
4.	Продвижение личного бренда	Разработка перспективного плана развития личного бренда. Общие приемы и стратегии по созданию идеального личного бренда.
5.	Самопрезентация педагога	Итоговая аттестация. Выступление педагогов. Профессионализм самопрезентации педагога: мастерство построения публичного выступления. Ораторское искусство и психологические находки по расположению к себе слушателя. Правила написания статьи в сборник.

Формы оценки результатов программы. Итоговая аттестация в виде теста.

Показатель результативности:

- Методическая и психологическая мотивированность слушателей к созданию личного бренда.
- Повышение информационной и коммуникативной грамотности педагогов дополнительного образования.
- Повышение личной и эстетической культуры.
- Развитие навыков конкурентоспособности педагогов.

4. Информационные ресурсы

1. Артамонова, Е.И. Компетентностный подход в формировании личности педагога-профессионала / Е.И Артамонова // Педагогическое образование и наука. - 2008. - № 10.
2. Бодалев, А. А. Познание человека человеком (возрастной, гендерный, этнический и профессиональный аспекты) / А. А. Бодалев, Н. В. Васина. - СПб.: Речь, 2005. - 324 с.
3. Горбушина, О. П. Междисциплинарный анализ понятия «имидж»: традиции изучения имиджа в отечественной и зарубежной научных школах / О. П. Горбушина // Журнал прикладной психологии. - 2005. - № 5. - С. 2-6
4. Журавлев, Д. Имидж учителя - необходимость или дань моде? / Д. Журавлев // Народное образование. - 2003. - № 7. - С. 213-218
5. Ильина Л.А. Актерские способности в деятельности учителя: метод. пособие / Л.А. Ильина. - Магнитогорск, 1998. - 97 с.
6. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя / А.А. Калюжный. - М.: Владос, 2004. -394 с.
7. Калюжный А.А. Технология построения имиджа учителя / А.А. Калюжный // Гуманитарное образование в школе: теория и практика. 2004. - № 5. - С. 20-24
8. Капустина З. Имидж современного педагога /З. Капустина // Учитель. - 2006. - №1. - С. 3-6
9. Перельгина, Е. Б. Психология имиджа : учеб. пособие / Е. Б. Перельгина. - М. : Аспект Пресс, 2002. - 223 с.
10. Черепанова В.Н. Педагогическая имиджелогия / В.Н. Черепанова. - Тюмень: ТОГИРРО, 1998. - 296 с.
11. Черепанова В.Н. Курс лекций по имиджелогии / В.Н. Черепанова. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2002. - 374 с.
12. Шепель В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния / В.М. Шепель. М., 1997. - 474 с.
13. Источник: <https://www.menobr.ru/article/28258-razvitie-imidja-pedagoga-personalnyy-brend-uchitelya>

14. Источник: <https://www.menobr.ru/article/28258-razvitie-imidja-pedagoga-personalnyy-brend-uchitelya>