



УДК 373.3.011.3-051:17.022.1-027.561

[https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-5\(23\)-1249-1260](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-5(23)-1249-1260)

Петрик Крістіна Юріївна кандидатка педагогічних наук, доцентка кафедри початкової освіти, Бердянський державний педагогічний університет, вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, 69063, <https://orcid.org/0000-0003-0615-5217>

Фатянова Тетяна Олександрівна асистентка кафедри початкової освіти, Бердянський державний педагогічний університет, вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, 69063, <https://orcid.org/0000-0001-5302-6296>

ПРОФЕСІЙНИЙ РОЗВИТОК МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ: ПРАКТИЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ УСПІШНОГО ОСОБИСТОГО БРЕНДУ

Анотація. У статті здійснено оцінку внеску науковців у дослідженні питання брендингу галузі освіти та приділено увагу проблемі формування особистого бренду майбутнього вчителя початкової школи. За результатами аналізу психолого-педагогічної літератури зроблено висновок, що досліджувана проблема є досить актуальною та потребує детального розгляду в сфері освіти, зокрема з питань особистісного бренду вчителя.

Розкрито сутність понять «бренд», «персональний бренд», «особистий бренд майбутнього вчителя початкової школи». Описані ключові етапи створення особистого бренду. Зазначено, що виключну роль у створенні професійного іміджу майбутнього фахівця відіграє публікація педагогічних доробок, розробка особистих вебсайтів, участь у семінарах, вебінарах, форумах, конкурсах, конференціях тощо. Визначено, що успішно створений особистий бренд надає значну підтримку майбутньому вчителю початкової школи в різних аспектах, а саме: формування авторитету та довіри; створення унікальності та диференціації; підвищення впізнаваності та видимості; ріст мотивації та задоволеності. Запропоновано комплекс практичних інструментів для розвитку персонального бренду. До них віднесено: SWOT-аналіз, white paper (біла книга), сторітелінг, блогінг, трайвертайзінг і портфоліо. Зазначено, що використання цих інструментів позитивно впливає на саморозвиток та самоосвіту майбутнього педагога. Розглянуто приклади інноваційних форматів взаємодії майбутнього вчителя початкової школи в процесі розвитку особистого бренду.



Зроблено висновки про те, що в сучасних умовах створення та просування особистого бренду є досить актуальним та сприяє розвитку конкурентоспроможності, як майбутнього вчителя початкової школи, так і закладу освіти в цілому; позитивно впливає на його імідж; допомагає розкрити внутрішні ресурси та закладений потенціал. Стаття представляє науковий і практичний інтерес для здобувачів вищої освіти, вчителів початкової школи, дослідників і всіх тих, хто зацікавлений у проблемі професійного розвитку, зокрема створенні успішного особистого бренду.

Ключові слова: професійний розвиток, майбутній учитель початкової школи, особистий бренд, інструменти брендингу, імідж учителя.

Petryk Kristina Yuriivna Candidate of Pedagogical Science, Associate Professor at the Department of Primary Education, Berdyansk State Pedagogical University, Zhukovskoho St., 66, Zaporizhzhia, 69063, <https://orcid.org/0000-0003-0615-5217>

Fatianova Tetiana Oleksandrivna Assistant Lecturer at the Department of the Primary Education, Berdyansk State Pedagogical University, Zhukovskoho St., 66, Zaporizhzhia, 69063, <https://orcid.org/0000-0001-5302-6296>

PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF PRIMARY SCHOOL TEACHERS: PRACTICAL TOOLS FOR CREATING A SUCCESSFUL EDUCATIONAL BRAND

Abstract. The article evaluates the contribution of scientists to the study of branding in the field of education and pays attention to the problem of forming a personal brand of a future primary school teacher. Based on the results of the analysis of psychological and pedagogical literature, it is concluded that the problem under study is quite relevant, but practical tools for creating a successful personal brand of a future primary school teacher are not sufficiently presented.

The essence of the concepts of «brand», «personal brand», «personal brand of a future primary school teacher» is revealed. The key stages of creating a personal brand are described. It is noted that an exceptional role in creating a professional image of the future specialist is played by the publication of pedagogical achievements, the development of personal websites, participation in seminars, webinars, forums, competitions, conferences, etc. It has been determined that a successfully created personal



brand provides significant support to a future primary school teacher in various aspects, namely: building credibility and trust; creating uniqueness and differentiation; increasing recognition and visibility; increasing motivation and satisfaction. A set of practical tools for developing a personal brand is proposed. These include: SWOT-analysis, white paper, storytelling, blogging, travertising and portfolio. It is noted that the use of these tools has a positive impact on the self-development and self-education of the future teacher. Examples of innovative formats of interaction of a future primary school teacher in the process of developing a personal brand are considered.

It is concluded that in modern conditions, the creation and promotion of a personal brand is quite relevant and contributes to the development of competitiveness of both the future primary school teacher and the educational institution as a whole; positively affects its image; helps to reveal internal resources and inherent potential. The article is of scientific and practical interest for higher education students, primary school teachers, researchers and all those interested in the problem of professional development, in particular, creating a successful personal brand.

Keywords: professional development, future primary school teacher, personal brand, branding tools, teacher image.

Постановка проблеми. Українська освіта перебуває на стадії модернізації, де конкурентоспроможність набуває ключового значення. Роботодавці потребують креативних працівників – професіоналів своєї справи, які гнучко реагують на умови сьогодення й долають освітні виклики. Тому вища освіта має готувати фахівців з активною життєвою позицією, здатних презентувати себе за рамками закладу освіти та знаходити найбільш вигідні сфери реалізації педагогічного потенціалу.

До останнього часу майбутні вчителі початкової школи здебільшого мало замислювалися про свій бренд. Ситуація почала змінюватися після початку пандемії, спричиненої COVID-19 та повномасштабного військового вторгнення російської федерації в Україну. Перехід освітнього процесу в дистанційний режим висвітлив прогалини в умінні майбутніх педагогів презентувати себе іншим людям. Педагоги здебільшого не розуміли, як підготуватися до комунікації у віртуальних класах та соціальних мережах. Тим часом батьки отримали можливість спостерігати за освітнім процесом, перебуваючи вдома з дітьми, і далеко не завжди були задоволені тим, що бачили. Одночасно з тотальним переходом в онлайн режим посилилась конкуренція вчителями початкової школи й закладами освіти [4].



На сучасному ринку праці здатність створювати, просувати та подекуди продавати особистий бренд стає як ніколи актуальною та важливою. Особливо це є вагомим для фахівців сфери «person-to-person», тобто активної комунікації до якої відноситься й професія вчителя. Підготовка майбутнього вчителя початкової школи має включати інструментарій для створення успішного особистого бренду вже під час освітнього процесу в закладі вищої освіти, щоб сформувати конкурентоспроможного фахівця.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання бренду та його визначення широко представлені у роботах таких відомих закордонних дослідників, як А. Уїллер, Т. Гед, Ж.-Н. Капферер, М. Скотт, Д. Траут, Г. Дан, а також українських науковців: А. Старостіна, А. Федорченко, І. Ярошенко, О. Зозулев, Ю. Нестерова, Д. Файвішенко, Е. Ромат, К. Мамонов, К. Тімонін та інші. Загальнопсихологічні основи іміджу навчального закладу розглядали О. Землянська, А. Громова, О. Бандурка та інші.

Якщо розглядати питання брендингу галузі освіти в цілому, то його дослідженням займалися Ф. Котлер, Н. Спіріна, А. Уїллер, Є. Дагаєва. Безпосередньо над розв'язанням проблем формування особистого бренду вчителя працювала незначна кількість науковців, а саме Т. Стовба, О. Трач, Д. Підчук, М. Фарухшина, О. Плахотнік, Д. Черняк та інші.

За результатами аналізу психолого-педагогічної літератури можемо зазначити, що досліджувана проблема є актуальною та потребує детального розгляду в сфері освіти, зокрема з питань особистісного бренду вчителя.

Мета статті – схарактеризувати особистий бренд майбутнього вчителя початкової школи та виокремити практичні інструменти для його успішного створення.

Виклад основного матеріалу. У тлумачному словнику української мови поняття «бренд» трактується як розрекламована торгова марка певного товару. Одним із найпоширеніших трактувань поняття «персональний бренд» є визначення Т. Пітерса, який розглядав його як «наш образ у свідомості іншої людини; як нас бачать і сприймають; усе, що про нас думають інші» [12].

Поняття «особистого бренду педагога» С. Нагорняк розкриває як «постійний саморозвиток, підвищення рівня знань, педагогічної майстерності, професіоналізм, постійне спілкування з цільовою аудиторією» [5, с. 205]. Особистий бренд, на думку С. Кравченко та С. Бажана, дає змогу майбутньому фахівцю стати орієнтиром для



здобувачів освіти в часи кризи, чим викликають їх довіру. Наявність персонального бренду також може стати альтернативною можливістю заробітку для освітян [4].

Професійний розвиток майбутнього вчителя початкової школи варто розглядати як діяльність, що підвищує його конкурентоспроможність з метою більш якісної підготовки молодших школярів, які володіють високим рівнем ключових компетентностей. Персональний бренд майбутнього вчителя початкової школи дозволяє представити себе світові у такому вигляді, який відображає його унікальну особистість, навички, цінності та пристрасті. Це можливість розповісти свою історію та створити незабутнє враження.

Особистий бренд надає значну підтримку майбутньому вчителю початкової школи у різних аспектах, зокрема таких як: формування авторитету та довіри, створення унікальності та диференціації, підвищення впізнаваності та видимості, ріст мотивації та задоволеності.

Кропітка довготривала робота над створенням особистого бренду допомагає майбутньому вчителю початкової школи утвердитися як професіоналу й експерту у своїй галузі. Він може продемонструвати фахові компетентності, здобуті за час навчання в закладі вищої освіти та практичний досвід роботи з молодшими школярами, отриманий у процесі проходження виробничої практики в школі; показати самовідданість, ентузіазм і прихильність до здобувачів вищої освіти і професії загалом. Маючи персональний бренд, майбутній учитель початкової школи може завоювати довіру потенційних роботодавців, учнів, батьків, колег.

Важливим елементом у створенні особистого бренду майбутнього вчителя початкової школи вважається здатність підкреслити сильні сторони та продемонструвати власні таланти; сприяти вираженню індивідуальності та креативності, що дозволить виділятися з-поміж інших колег і закріпить ідентичність. Окрім того, успішно сформований особистий бренд допомагає майбутньому вчителю початкових класів рекламувати себе та роботу зокрема. З'являється можливість розширити коло спілкування й аудиторію слухачів, більше перспектив для кар'єрного розвитку та зростання.

Хочемо наголосити на тому, що вже маючи персональний бренд, майбутній учитель початкової школи підвищує свою мотивацію та отримує більше задоволення від професії. Також надихає та впливає на інших своєю пристрастю та метою. Ключовою перевагою виступає допомога в аналізі досягнень, успіхів та труднощів [13].

Пропонуємо розглянути ключові етапи створення особистого бренду майбутнього вчителя початкової школи. По-перше, необхідно визначити свою мету. Для цього необхідно дати відповіді на такі питання: заради чого та навіщо я буду створювати (вдосконалювати) свій бренд? Відповідь на це питання значно полегшить подальшу роботу. Хтось може поставити за мету залучити якомога більше здобувачів початкової освіти. Інший учитель прагне здобути довіру батьків, третій – сформуванати лояльне ставлення до себе з боку адміністрації чи розповісти про себе колегам [10]. По-друге, необхідно з'ясувати, що вас мотивуватиме. Що саме буде надихати витратити час на створення персонального бренду? Також слід продумати, що саме вас зможе виділяти з поміж інших учителів початкової школи, буде вашою родзинкою. По-третє, подумайте, хто може увійти до аудиторії слухачів / глядачів. Адже особистий бренд – це не лише про особистість учителя, а й про тих людей, яких зможете надихнути та поділитися власним професійним досвідом. Цільова аудиторія може бути різною, але виходячи зі специфіки роботи вчителя початкової школи – це здебільшого батьки, учні, колеги та керівництво закладу освіти [6; 14]. Останній крок – побудова особистого бренду. Процес його створення може викликати відчуття штучності та технічності, але насправді він заснований на індивідуальних цінностях та здібностях майбутнього фахівця. Виключну роль у створенні особистого бренду майбутнього вчителя початкової школи відіграє публікація власних педагогічних доробок, розробка особистих вебсайтів, участь у семінарах, вебінарах, форумах, конкурсах, конференціях тощо. Така діяльність слугуватиме підтвердженням високого професійного рівня та демонструватиме навички та отриманий досвід у найкращому світлі.

Сформований особистий бренд відкриває перед майбутнім учителем початкової школи безліч можливостей. В першу чергу, сприяє налагодженню продуктивних особистісно-розвивальних стосунків зі здобувачами початкової освіти, допомагає створити атмосферу довіри, чим заохочує учнів навчатися. З боку батьків, наявне переконання в більш якісних та ґрунтовних знаннях молодших школярів, що здобувають освіту під керівництвом учителя з наявним персональним брендом. Також з'являються перспективи впливати на реформування освіти. Педагог із визначеним особистим брендом може бути запрошеним виступати в якості спікера на освітніх заходах, проводити майстер-класи і тренінги для колег. Такий учитель може стати автором статей в освітніх виданнях, створювати навчальні матеріали та курси, а також брати участь у проєктах з підвищення кваліфікації вчителів. Його



досвід і знання можуть використовуватися для розробки нових навчальних програм і методик.

Серед практичних інструментів для створення та розвитку успішного особистого бренду, які може застосовувати в своїй професійній діяльності майбутній учитель початкової школи, варто виокремити наступні: SWOT-аналіз, white paper (біла книга), сторітелінг, блогінг, трайвертайзінг і портфоліо. Розглянемо їх більш детально.

SWOT-аналіз – засіб, що допомагає в плануванні, заснований на виявленні внутрішніх і зовнішніх факторів об'єкта. Говорячи про особистість майбутнього педагога, то даний інструмент допомагає при оцінці кваліфікації, комунікаційних навичок, досвіду, ефективності навчання, мотивації, організаційних здібностей, зацікавленості в професії, визначення проблем спричинених порушенням дисципліни чи освітніми втратами. Його суть полягає в класифікації факторів і явищ, які впливають на професійний розвиток майбутнього фахівця, на чотири категорії: сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози. За результатами проведення SWOT-аналізу в педагога з'являється можливість вибудовувати стратегії для удосконалення роботи [3].

White paper (біла книга) – певний звіт, що презентує коротку інформацію про певну діяльність та використовується для цільової аудиторії з метою просування продукту, сервісу тощо. За допомогою такої брошури молодші школярі можуть отримувати відповідну інформацію до конкретної теми, що вивчається. Також даний інструмент може використовуватися учителем для візуалізації своїх досягнень та напрацювань при участі в освітніх заходах.

Сторітелінг – маркетинговий інструмент, який використовується для представлення інформації про продукти чи послуги у форматі «розповідання історій». До основних функцій сторітелінгу в освітньому процесі відносять: пропагандистську (переконання учнів, батьків щодо виконання складних завдань, проєктів, ініціатив тощо), комунікативну (підвищення ефективності спілкування), мотивуючу (розширення арсеналу інструментів мотивації здобувачів початкової освіти, батьків, учителів) та об'єднувальну (розвиток колективної культури). При впровадженні даного інструменту варто звернути увагу, що контент має бути актуальним та цікавим, емоційним та мати головного героя, який має викликати асоціації у аудиторії.

Блогінг – процес створення, просування публікацій в Інтернеті. Розвиток особистого бренду починається із налагодження комунікації з

аудиторією. До інструментів спілкування відноситься власний блог у соціальних мережах чи вебсайт, де вчитель початкової школи може ділитися своїм досвідом, персональними методичними розробками, враженнями, порадами роботи з учнями тощо. Сучасне суспільство краще обізнане з візуальним контентом, тому найефективнішою практикою учителів початкової школи є відеоблогерство. Блогінг дозволяє вирішити завдання комунікативної присутності в соціальних мережах, служить додатковим інструментом професійної діяльності учителя, забезпечує простір для обміну думками.

Трайвертайзінг є відносно новою концепцією, яка полягає в тому, що споживачі мають унікальну можливість дізнатися більше про продукт чи послугу шляхом випробування перед покупкою. Метою даного інструменту не є обов'язкове придбання, адже більшість виробників хочуть досягти ефекту лояльності, пропонуючи споживачам можливість спробувати та протестувати їхню продукцію. Вчитель початкової школи може використовувати цей інструмент на відкритих заняттях, спрямованих на потенційних учнів та батьків. Ключовим завданням даного заходу є пробудження зацікавленості до особистості даного педагога, поява стимулу навчатися саме в нього [11].

Портфоліо – важливий інструмент, що має на меті відобразити професійний розвиток, досягнення в навчанні й викладанні, а також особисті захоплення педагога. До ключових елементів портфоліо відносять: професійну біографію (сертифікати, опис освіти, досвіду роботи тощо), розробки та матеріали до уроків, опис досягнень учнів, відгуки від батьків та колег тощо. У сучасних умовах значного поширення набуває створення електронного портфоліо. Е-портфоліо дозволяє своєчасно оновлювати інформацію та персональні дані педагога, презентувати результати участі в професійних заходах, що в переважній більшості подаються у електронному вигляді [1].

Використання запропонованих інструментів сприяє розвитку конкурентоспроможності та формуванню професійного іміджу майбутнього вчителя початкової школи, позитивно впливає на його саморозвиток та самоосвіту, а також допомагає розкрити власний потенціал.

У процесі професійної підготовки майбутніх учителів початкової школи з метою створення їх особистого бренду важливого значення набуває комунікація, яка реалізується через онлайн та офлайн засоби масової інформації. Враховуючи особливості педагогічної діяльності вчителя початкової освіти, до них відносимо: telegram-канали, соціальні мережі, вебінари, радіо, телебачення, подкасти, конференції тощо.



Зв'язок з медіа є однією з невід'ємних частин освітнього процесу в закладі вищої освіти, оскільки має на меті збагатити навчальний матеріал та сприяти кращому його засвоєнню майбутніми фахівцями. Вибір відповідних форматів медіакомунікації у процесі розвитку особистого бренду є центральним аспектом.

Прикладами інноваційних форматів взаємодії вчителя та учнів є: відеоуроки – ефективний засіб навчання, що є візуально привабливим та допомагає учням краще зрозуміти поняття, ілюструючи процеси та експерименти; подкасти – аудіоформат, що допомагає глибше зрозуміти складні теми в зручній для здобувачів початкової освіти час; інтерактивні вебсайти та додатки – засоби, що допомагають зробити навчання захопливим та цікавим; соціальні медіа – найактивніший спосіб взаємодії учителя та учнів; вебінари та онлайн-конференції – спосіб презентувати молодшим школярам інформацію досвідчених експертів та викладачів [8].

Важливого значення у професійній діяльності майбутнього вчителя початкової школи набуває врахування освітніх трендів – певних стимулів до засвоєння учнями нових знань. Найпоширенішими з них у 2024 році визначено: убіквітарність, адаптивне навчання, методика управління проектами SCRUM, безперервне навчання, білінгвальне навчання, залучення гаджетів та 3D-окулярів, гейміфікація, джигсоу, імерсивне навчання, пріоритизація, проактивність, скрайбінг, робота з настроєм здобувачів початкової освіти, шестикутне навчання тощо [7].

Отже, успішний особистий бренд дозволяє майбутньому вчителю початкової школи завоювати авторитет на ринку освітніх послуг, знати свої сильні сторони та відкривати нові можливості; допомагає виробити власний стиль навчання, створити передумови для успішної кар'єри, отримати вищу науково-педагогічну кваліфікацію; дає змогу особисто обирати партнерів для співпраці та не працювати з тими, хто не до душі. Компетентний та затребуваний педагог не побоюється втратити роботу і працює на вигідних для себе умовах, отримує задоволення та відчувається впевнено в найскладніших життєвих обставинах. Наявність персонального бренду дає змогу майбутньому вчителю початкової школи будувати власну освітню траєкторію, дозволяє самоствердитися, саморефлексувати та сприяє професійному самовдосконаленню педагогічної діяльності.

Висновки. Створення та просування особистого бренду майбутнього вчителя початкової школи є актуальним завданням сучасного закладу вищої освіти. Підготовка конкурентоспроможного,

самостійного, ініціативного захищеного та мобільного фахівця на ринку праці, здатного до найвищої самореалізації в професії – стратегічна ціль змін в освіті. Особистий бренд майбутнього вчителя початкової школи позитивно впливає на його імідж; допомагає розкрити творчий потенціал та адаптуватися до нових соціально-економічних умов. Інноваційні формати взаємодії, врахування сучасних освітніх трендів, використання практичних інструментів у системі підготовки фахівців нової генерації впливають на створення їх успішного особистого бренду в майбутній професійно-педагогічній діяльності.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у розробці методичних рекомендацій щодо розвитку особистого бренду майбутнього вчителя початкової школи з урахуванням освітніх викликів.

Література:

1. Бойко О. І. Електронне портфоліо викладача – альтернативна форма оцінки його педагогічної діяльності та професіоналізму. *Вісник Черкаського державного технологічного університету. Технічні науки*. № 1. 2017. С. 150–155.
2. Боровик Т. М., Устиченко С. В., Залозна Т. Г., Волощенко О. В. Інноваційне освітнє середовище як інструмент брендингу. *Маркетинг і цифрові технології*. Том 7, № 1. 2023. С. 96–106.
3. Бужанська М. В. SWOT-аналіз – основа самооцінювання педагогічної діяльності. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. № 72. 2023. С. 22–29.
4. Кравченко С. О., Бажан С. П. Персональний брендинг як сучасна фахова компетентність майбутнього педагога. *Інноваційна педагогіка*. Том 2, № 48. 2022. С. 124–127.
5. Нагорняк С. В. Особливості формування особистого бренду викладача. *Техніка і наука*. № 11(11). 2022. С. 203–210.
6. Нетребя М. М. Роль керівника закладу освіти щодо формування бренду галузі освіти в умовах Нової української школи. *Молодий вчений*. № 5.2. 2019. С. 178–182.
7. Нові освітні тренди, які можуть підвищити інтерес та включеність учнів у навчальний процес. 2024. URL : https://znayshov.com/News/Details/novi_osvitni_trendy_Yaki_mozhut_pidvyshchyty_interes_ta_vkliuchenist_uchniv_u_navchalnyi_protsets#google_vignette (дата звернення : 22.05.2024).
8. Освіторія. Персональний бренд учителя: як педагогу впливати на освітню галузь. 2023. URL : <https://osvitoria.media/experience/personalnyj-brend-vchytelya-yak-pedagogu-vplyvaty-na-osvitnyu-galuz/> (дата звернення : 22.05.2024).
9. Розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері реформування загальної середньої освіти «Нова українська школа» на період до 2029 року». 2016. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/988-2016-%D1%80> (дата звернення : 20.05.2024).
10. Смерічевський С. Ф., Петропавловська С. Є., Радченко О. А. Бренд-менеджмент: навч. посібник. Київ : НАУ, 2019. 156 с.



11. Фарухшина М. Інструменти педагогічного маркетингу в професійній діяльності педагога Нової української школи. *Методист*. № 6. 2018. С. 34–37.
12. Peters T. The brand called you. / Fast company. URL: <https://personalimpact.ca/wp-content/uploads/2015/08/thebrandcalledyou.pdf> (дата звернення 22.05.2024).
13. Primary school teacher: Marketing Your Teaching Brand: Insights from Primary Educators (2024). URL : <https://fastercapital.com/content/Primary-school-teacher--Marketing-Your-Teaching-Brand--Insights-from-Primary-Educators.html> (дата звернення : 21.05.2024).
14. YouTube. Steps to Building a Personal Brand You Feel Good About | The Way We Work, a TED series. YouTube. Retrieved May 18, 2023. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=ozMCb0wOnMU> (дата звернення : 21.05.2024).

References:

1. Boiko, O. I. (2017). Elektronne portfolio vykladacha – alternatyvna forma otsinky yoho pedahohichnoi diialnosti ta profesionalizmu [The electronic portfolio of a teacher is an alternative form of evaluation of his/her pedagogical activity and professionalism]. *Visnyk Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Tekhnichni nauky – Bulletin of Cherkasy State Technological University. Technical sciences, 1*, 150–155 [in Ukrainian].
2. Borovyk, T. M., Ustychenko, S. V., Zalozna, T. H., & Voloshchenko, O. V. (2023). Innovatsiine osvितnie seredovyshe yak instrument brendynhu [Innovative educational environment as a branding tool]. *Marketynh i tsyfrovi tekhnolohii – Marketing and digital technologies, 7 (1)*, 96–106 [in Ukrainian].
3. Buzhanska, M. V. (2023). SWOT-analiz – osnova samoosiniuvannia pedahohichnoi diialnosti [SWOT analysis as a basis for self-assessment of teaching activities]. *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky – Bulletin of Lviv University of Trade and Economics. Economic sciences, 72*, 22–29 [in Ukrainian].
4. Kravchenko, S. O., & Bazhan, S. P. (2022). Personalnyi brendynh yak suchasna fakhova kompetentnist maibutnoho pedahoha [Personal branding as a modern professional competence of a future teacher]. *Innovatsiina pedahohika – Innovative pedagogy, 2 (48)*, 124–127 [in Ukrainian].
5. Nahorniak, S. V. (2022). Osoblyvosti formuvannia osobystoho brendu vykladacha [Peculiarities of forming a teacher's personal brand]. *Tekhnika i nauka – Technology and science, 11(11)*, 203–210 [in Ukrainian].
6. Netreba, M. M. (2019). Rol kerivnyka zakladu osvity shchodo formuvannia brendu haluzi osvity v umovakh novoi ukrainskoi shkoly [The Role of the head of an educational institution in shaping the brand of the education sector in the context of the new Ukrainian school.]. *Molodyi vchenyi – A young scientist, 5.2*, 178–182 [in Ukrainian].
7. Novi osvितni trendy, yaki mozhut pidvyshchyty interes ta vkluchenist uchniv u navchalnyi protses [New educational trends that can increase students' interest and engagement in the learning process] (2024). URL : https://znayshov.com/News/Details/novi_osvitni_trendy_Yaki_mozhut_pidvyshchyty_interes_ta_vkliuchenist_uchniv_u_navchalnyi_protse#google_vignette (accessed: 22.05.2024) [in Ukrainian].
8. Osvitoriiia (2023). Personalnyi brend uchytelia: yak pedahohu vplyvaty na osvितniu haluz [Teacher's personal brand: how a teacher can influence the education sector]. URL : <https://osvitoria.media/experience/personalnyj-brend-vchytelya-yak-pedagogu-vplyvaty-na-osvitnyu-galuz/> (accessed: 22.05.2024) [in Ukrainian].



9. Rozporyadzhennya Kabinetu ministriv Ukrayini «Pro shvalennya Konceptiyi realizaciyi derzhavnoyi politiki u sferi reformuvannya zagalnoyi serednoyi osviti «Nova ukrayinska shkola» na period do 2029 roku» [Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine «On Approval of the Concept of Implementation of the State Policy in the Field of Reforming General Secondary Education "New Ukrainian School" for the Period up to 2029»]. (2016). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/988-2016-%D1%80> (accessed: 20.05.2024) [in Ukrainian].

10. Smerichevskiy, S.F., Petropavlovska, S.Ye., Radchenko, O.A. (2019). Brend-menedzhment [Brand management]. Kyiv: NAU [in Ukrainian].

11. Farukhshyna, M. (2018). Instrumenty pedahohichnoho marketynhu v profesiinii diialnosti pedahoha Novoi ukrainskoi shkoly [Pedagogical marketing tools in the professional activity of a teacher of the New Ukrainian School]. *Metodyst – Methodist*, 6, 34–37 [in Ukrainian].

12. Peters, T. The brand called you. / Fast company. URL: <https://personalimpact.ca/wp-content/uploads/2015/08/thebrandcalleyou.pdf> (accessed : 22.05.2024) [in English].

13. Primary school teacher: Marketing Your Teaching Brand: Insights from Primary Educators (2024). URL: <https://fastercapital.com/content/Primary-school-teacher-Marketing-Your-Teaching-Brand--Insights-from-Primary-Educators.html> (accessed: 21.05.2024) [in English].

14. YouTube (2023). 5 Steps to Building a Personal Brand You Feel Good About | The Way We Work, a TED series. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ozMCb0wOnMU> (accessed: 21.05.2024) [in English].