

2023

МОНОГРАФІЯ

СОЦІАЛЬНО-ОСВІТНІ ДОМІНАНТИ
ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ
ФАХІВЦІВ
СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ ТА ІНКЛЮЗИВНОЇ
ОСВІТИ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БЕРДЯНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



**СОЦІАЛЬНО-ОСВІТНІ ДОМІНАНТИ
ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ
СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ ТА ІНКЛЮЗИВНОЇ
ОСВІТИ**

Монографія

Вінниця
ТВОРИ
2023

Рецензенти:

О. Карпенко – доктор педагогічних наук, професор соціальної педагогіки та соціальної роботи (Київський університет імені Бориса Грінченка);

Г. Локарева – доктор педагогічних наук, професор кафедри акторської майстерності та дизайну (Запорізький національний університет);

Д. Бибик – доктор філософії у галузі Соціальна робота, доцент кафедри соціальної освіти та соціальної роботи (Український державний університету імені Михайла Драгоманова).

Авторський колектив:

О. Гуренко – д. пед. н., професор (1.1); **А. Попова** – к. пед. н., доцент (1.2); **К. Петровська** – к. пед. н., доцент (2.1); **А. Тургенєва** – к. пед. н., доцент (2.2); **Н. Мацейко** – асистент (2.3); **Н. Захарова** – к. пед. н., доцент (розділ 3).

Рекомендовано до друку

*Вченою радою Бердянського державного педагогічного університету
(протокол № 13 від 29.06.2023 року)*

Соціально-освітні домінанти професійної підготовки фахівців соціальної сфери та інклюзивної освіти : колективна монографія / О. Гуренко, Н. Захарова, Н. Мацейко, К. Петровська, А. Попова, А. Тургенєва / За заг. ред. к. пед. н., доц. К. Петровської. Вінниця : ТВОРИ, 2023. 256 с.

ISBN 978-966-949-152-7

Монографія є результатом роботи викладачів кафедри соціальної роботи та інклюзивної освіти Бердянського державного педагогічного університету над комплексною темою «Соціально-освітні домінанти професійної підготовки фахівців соціальної сфери та інклюзивної освіти».

У монографії висвітлено особливості професійної підготовки соціальних працівників з огляду на засади компетентнісно-зорієнтованої парадигми, розглянуто актуальні питання міжнародних стандартів підготовки фахівців соціальної сфери, особливості формування фахових компетентностей соціальних працівників та фахівців соціальної сфери, а також проблеми створення інклюзивного середовища в закладах освіти.

Матеріали монографії можуть стати в нагоді викладачам закладів вищої педагогічної освіти, здобувачам та практичним працівникам соціально-педагогічної сфери.

Автори несуть персональну відповідальність за достовірність наданих матеріалів та правильність цитування.

РОЗДІЛ 2

ФОРМУВАННЯ ФАХОВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ

1 | Формування проектної компетентності майбутніх фахівців соціальної сфери

1.1 Сутність та значення поняття проектна компетентність

Визначення поняття «проектна компетентність» передбачає розкриття сенсу таких понять, як «компетентність», «проектна діяльність», «проектні вміння», «проектна компетентність».

За основу визначення поняття «компетентність» ми беремо дефініцію, подану в Законі України «Про вищу освіту» (2014 року зі змінами): «Компетентність – це динамічна комбінація знань, вмінь і практичних навичок, способів мислення, професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, яка визначає здатність особистості успішно здійснювати професійну та подальшу навчальну діяльність і є результатом навчання на певному рівні вищої освіти [5].

Відповідно до визначення, що прийнято за основу у стандартах вищої освіти, компетенція – здатність застосовувати знання, уміння і особистісні якості для успішної діяльності в певній області. Таким чином, компетенція носить переважно інструментальний характер [6, с. 1]. Компетентність – це інтегрована характеристика якості особистості, результативний блок, сформований через досвід, знання, вміння, ставлення, поведінкові реакції.

Сутність поняття «проектна діяльність» пов'язана з категоріями «діяльність» та «проект». Поняття «проектна діяльність» відображено у двох основних підходах – педагогічному та психологічному. З позицій педагогічного підходу проектна діяльність передбачає врахування як основних закономірностей освітнього процесу, так і його психологічного змісту.

Розглянемо основні складові поняття проектної діяльності. Визначення поняття «діяльність» у психолого-педагогічній літературі об'єднує розуміння діяльності як свідомого процесу [6]:

– діяльність – це активна взаємодія людини з навколишньою дійсністю, у процесі якої людина є суб'єктом, що цілеспрямовано впливає на об'єкт і задовольняє у такий спосіб власні потреби;

– діяльність – це спосіб буття людини у світі, здатність її вносити в цю дійсність зміни.

Основними компонентами діяльності є суб'єкт із його потребами, мета, відповідно до якої перетворюється предмет на об'єкт, засіб реалізації мети. Результатом діяльності – є певні перетворення як у зовнішньому світі, так і у самій людині, її знаннях, мотивах, здібностях. Реалізація певної діяльності в освітньому процесі може відбуватися у проектній діяльності [10].

Результати аналізу вітчизняної та зарубіжної наукової літератури свідчать про те, що поняття «проект» трактується науковцями досить широко:

– як сукупність концептуальної і формальної моделі, пакет документів, який подає опис того, що і як повинно бути зроблено;

– як план, намір, задум (проектування) реалізації майбутньої діяльності;

– як комплекс взаємозалежних заходів, спрямованих на досягнення поставлених цілей при обмежених ресурсах (часових, бюджетних, кадрових та інших);

– як спеціально організований і самостійно виконаний комплекс самостійних дій (ухвалення рішення, відповідальність за власний вибір, результат праці, створення творчого продукту) [3].

Сам термін «проект» від латинської «proectus» означає «кинутий уперед». Дослідник В. Кіпатрик трактує проект як будь яку роботу, виконану «від усього серця», що має певну цільову настанову. Проект як проблема означає ситуацію творчості, в якій людина перестає бути власником ідеї, щоб отримати шанс наштотхнутися на щось нове, здивуватися, виявити його у своїй творчості [6].

З цього виходить, що проектування можна охарактеризувати як процес, що здійснюється в межах проектно-перетворювальної діяльності і відображає творче ставлення суб'єкта проектування до оточуючого середовища й відтворюється в інноваційних об'єктах проектування.

Отже, проектна діяльність надає особистості широке поле для нової для неї діяльності, тим самим сприяє появі широкого кола інтересів і потім через них чинить вплив на формування його переконань, світогляду та необхідних професійних компетентностей.

Дослідженню проектної діяльності, проектних умінь та проектної компетентності приділено увагу в розвідках І. Біма, В. Гузєєва, І. Зимньої, Є. Полат, Н. Самойленко, Д. Розен (D. Rosen), Ф. Стоулен (F. Stoller), С. Хайнс (S. Haines) та інших.

Аналіз цих досліджень дозволяє виокремити низку трактування понять проектна компетентність:

– інтегративна особистісна характеристика суб'єкта діяльності, що виражається у здатності і готовності людини до самостійної теоретичної та практичної діяльності по розробці і реалізації проектів у різних сферах соціальної практики на основі особистісно-осмислених принципів природо- і культуро відповідності [7, с. 5];

– сукупність здатностей та настанов, що забезпечують можливість творчого вирішення особистістю життєвих проблем [3].

На основі аналізу базових понять дослідження можна дати визначення поняттю «проектна культура». Це якісна характеристика проектної діяльності особистості, що передбачає реалізацію власного творчого потенціалу й досвіду і виражається у високій ступені досконалості спроектованої моделі майбутньої діяльності, матеріального виробу або іншого об'єкту праці.

Проектна компетентність нерозривно пов'язана з проектною культурою, проектною діяльністю і процесом проектування, проявляється в усвідомленні сенсу і значимості проектної діяльності, володінні спеціальними знаннями, уміннями і навичками, обґрунтованому виборі та оптимізації проектних рішень у разі їх багатоваріантності, наявності здатності застосовувати ці знання й уміння в конкретній професійній сфері.

На думку дослідників (О. Безпалько, А. Володіної, М. Гулакової, Н. Зимівець, Н. Матяш, Г. Харченко та ін.) проектна компетентність виявляється в усвідомленні сенсу і значущості проектної діяльності, володінні спеціальними знаннями, уміннями і навичками (вирішувати проблеми на основі висунення і обґрунтування гіпотез, ставити мету діяльності, планувати діяльність, здійснювати збір і аналіз необхідної інформації, виконувати експеримент, представляти результати дослідження), обґрунтованому виборі і оптимізації проектних рішень в разі їх багатоваріантності, наявності здатності застосовувати ці знання і уміння в конкретній діяльності [4, с. 504]. При цьому необхідне дотримання головних педагогічних принципів: перехід від простого до складного, поступове збільшення міри самостійності і рівнів складності – що передбачає взаємопроникнення, взаємозв'язок і взаємодію знань, здібностей і якостей, що виявляються в процесі практичного вживання умінь і навичок в головних сферах професійної діяльності.

Проблема готовності особистості, і насамперед, до активних дій в соціальному середовищі визначається багатьма факторами, в тому

числі наявності професійних знань і досвіду успішної реалізації конкретних проектів, що спрямовано на [2, с. 3]:

- соціально-культурне середовище (створення сприятливого соціокультурного простору та оптимізація умов саморозвитку особистості; соціальної групи, території загалом);

- спосіб життя (підтримка окремих видів і напрямів діяльності особистості, які сприяють зростанню якісних показників життя);

- сфери життєдіяльності особистості (освітня, дозвіллева, навчальна, виробнича, спортивна, інформаційна тощо).

Саме тому, на нашу думку, формування проектної компетентності – один з найважливіших орієнтирів у системі підготовки фахівців соціальної сфери.

1.2 Особливості формування основ проектної компетентності майбутніх надавачів соціальних послуг в умовах закладу вищої освіти

В даний час в українському суспільстві спостерігається кардинальна зміна соціальних, економічних, політичних орієнтирів і переоцінка цінностей. Як наслідок, і освітній процес у закладах освіти усіх рівнів зазнає значні зміни, що вимагає вдосконалення змісту освітнього процесу, форм і методів освітньої діяльності, програм підготовки майбутніх фахівців.

Одним з пріоритетних напрямів вдосконалення соціально-педагогічної науки і практики в сучасних умовах розвитку нашої держави є відповідність фахівців цій галузі соціально-економічним змінам, які відбуваються в суспільстві. Сучасний фахівець має бути не лише професійно підготовленим до майбутньої діяльності, але і уміти самостійно орієнтуватися в потоці передових технологій, творчо підходити до вирішення професійних завдань.

Результатом підготовки майбутніх фахівців соціальної сфери у закладі вищої освіти є їх готовність до використання нетрадиційних форм роботи в своїй професійній діяльності. Так, пріоритетні напрями розвитку системи вищої освіти акцентують увагу на тому, що в основу її розвитку мають бути покладені принципи проектної діяльності, такі, як от, відповідність освіти зовнішнім запитам, вживання проектних методів, конкурсне виявлення і підтримка лідерів, що успішно реалізують нові підходи на практиці, адресність інструментів ресурсної підтримки і комплексний характер рішень, що приймаються [7, с. 4].

Проблема професійного становлення і компетентності фахівця соціальної сфери широко обговорюється у науково-професійній літературі. Методологічні й теоретичні аспекти розвитку професійної компетентності соціального працівника розглянуті в роботах С. Харченко, В. Докучаєвої, Н. Краснової, Н. Ларіонової, Д. Разіної, Е.Зеєра, А. Маркової та ін. Формуванню професійної компетентності соціального працівника присвячені дослідження вітчизняних і зарубіжних учених, зокрема, А. Белінської, В. Бочарової, В. Сидорова, І. Ляшенка, І. Миговича, Г. Попович, Є. Холостової та ін.

Інформаційний опис професії соціального працівника, вимоги до особистісних якостей спеціаліста соціальної сфери представлено в працях Л. Тютті і О. Тютті «Інформаційний матеріал опису професії», «Фахівець із соціальної роботи», «До питання про якості фахівця соціальної роботи». Автори акцентують увагу та тому, що різноманітність та розгалуження проблем, обсяг знань і вмінь, необхідних фахівцеві з соціальної роботи майже безмежні [11, с. 291].

Процес підготовки фахівців соціальної сфери до професійної діяльності став предметом дослідження багатьох учених (Н. Галагузова, В. Грінева, Н. Заверико, І. Зверева, А. Капська, Ю. Мацкевіч, Л. Міщик, М. Мудрик, С. Пащенко, В. Поліщук, А. Пономаренко, В. Сидоров, В. Сластьонін, С. Харченко, Е. Холостова та ін.). У наукових дослідженнях низки вчених М. Ахметової,

Ю.Веселової, Н. Запесоцької, І. Колеснікової, А. Маркова, В. Радіонова, Н. Топіліної, Л. Філімонюк та ін. розкрито близьке за змістом поняття «проектна культура». До проектної культури та засобів її формування звертались Ю. Веселова, В. Сидоренко, І. Зімня, А. Кравцов, В. Ченобитов та інші.

Слід відзначити, що незважаючи на велику кількість досліджень присвячених розробці інноваційних методів та форм професійної підготовки майбутніх надавачів соціальних послуг (соціальних працівників, соціальних педагогів, практичних психологів та ін.) залишаються й не розроблені питання. Так, не знайшла поки що належного висвітлення проблема формування у майбутніх фахівців проектної компетентності, здатностей до використання принципів проектної діяльності у своїй роботі.

Феномен проектної компетентності не тільки все більш привертає увагу дослідників – філософів, істориків, педагогів, теоретиків культури, методологів проектування, але й стає однією з найважливіших складових сучасного освітнього процесу [11]. В цих умовах до особистісних і професійних якостей конкурентоспроможних на ринку праці фахівців пред'являються певні вимоги:

- активна життєва позиція;
- розвинений емоційний інтелект;
- орієнтація на креативність;
- освоєння навичок стратегічного мислення;
- уміння орієнтуватися в умовах, що змінюються;
- уміння поставити чіткі завдання, готовність їх вирішувати;
- здібність до самоосвіти, самореалізації, саморозвитку.

Всі ці вимоги до особистості передбачають зміну вимог до професійної підготовки майбутніх фахівців, і особливо фахівців соціальної сфери. Адже сьогодні існує необхідність не лише у проведенні окремих інноваційних активностей та програм у регіонах,

але й у професійній підготовці майбутніх агентів цих змін, шляхом розвитку їхніх навичок, умінь, компетенцій.

Основним результатом діяльності освітньої установи має стати не система знань, умінь і навичок сама по собі, а набір ключових компетенцій в інтелектуальній, цивільно-правовій, комунікативній, інформаційній та інших сферах діяльності людини. Компетенція як об'єктивна категорія, суспільно визнаний рівень знань, умінь, навичок, ставлень тощо у певній сфері діяльності людини як абстрактного носія [10, с. 93]. Це насамперед, замовлення суспільства до підготовки його громадян.

За визначенням Г. Харченка проектна діяльність студентів – форма учбово-пізнавальної активності, що полягає в мотивованому досягненні свідомо поставленої мети по створенню творчого проекту, забезпечує єдність і спадкоємність різних сторін процесу вчення і є засобом розвитку особистості суб'єкта освіти [1, с. 2].

Проектна діяльність, на думку С. Сисоевої та С. Ящука, відображає реалізацію особистісно-орієнтованого підходу в освіті, сприяє розвитку у здобувачів вищої освіти пізнавальної самостійності, творчого мислення, наполегливості, формує вміння самостійно конструювати власні знання й орієнтуватися в інформаційному просторі, визнає унікальність та самобутність кожної особистості, забезпечує спрямованість на кінцевий результат, що дозволяє їм будувати власну освітню траєкторію [6].

На переконання Л. Лук'янової, участь у проектній діяльності надає можливість здобувачу самовдосконалюватися, а також відкриває можливості вибору особистої ролі в системі відносин колективу учасників проекту (автор ідей, виконавець, учасник, організатор) або залишає право вибору на індивідуальну роботу, і в цьому випадку виконавець проекту поєднує всі ролі.

Практично до всіх освітніх стандартів магістерської підготовки, а також в деякі стандарти підготовки бакалаврів як вид професійної діяльності включена проектна діяльність. Зміст проектною діяльності,

представлений в стандартах вищої освіти, включає розробку стратегічних концепцій і проєктів, керівництво проєктною діяльністю, оцінку якості і ефективності проєктів. Таким чином, здатність виконувати на високому рівні проєктні роботи є невід'ємним компонентом проєктної компетентності випускника закладу вищої освіти, який повинен опанувати проєктну діяльність на професійному рівні.

Так, до стандарту вищої освіти за спеціальністю 231 «Соціальна робота» для першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівня вищої освіти, включені загальні та спеціальні (фахові, предметні компетентності), що відображають зміст проєктної діяльності: здатність розробляти і управляти проєктами, здатність планувати та управляти часом, здатність професійно діагностувати, прогнозувати, проєктувати та моделювати соціальні ситуації, здатність до розроблення, апробації та втілення соціальних проєктів і технологій, здатність до розробки та реалізації соціальних проєктів і програм, здатність до генерування нових ідей та креативності у професійній сфері.

Враховуючи це, до освітньо-професійних програм «Соціальна робота та практична психологія» та «Соціальна робота та соціальна педагогіка», «Соціальна педагогіка», за якими здійснюється підготовка здобувачів освіти за першим (бакалаврським) та другим (магістерським) рівнем за спеціальністю 231 «Соціальна робота» у Бердянському державному педагогічному університеті були включені відповідні освітні компоненти, опанування яких дозволить сформувати вищезазначені компетентності (технології соціальної роботи, фандрайзинг в соціальній роботі, проєктування та організація інклюзивного середовища, проєктні технології в соціально-педагогічній роботі).

Зупинимось більш детально на змісті освітньої компоненти «Фандрайзинг в соціальній роботі», яка викладається на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти за освітньо-професійними

програмами «Соціальна робота та соціальна педагогіка» та «Соціальна робота та практична психологія».

Метою викладання цієї освітньої компоненти є: забезпечити формування цілісного наукового уявлення і професійних знань та навичок по одному із затребуваних практичних напрямків в проектуванні, управлінні та ресурсному забезпеченні соціальної роботи.

Основними завданнями вивчення освітньої компоненти «Фандрайзинг у соціальній роботі» є: формування цілісного уявлення про фандрайзинг як практики залучення коштів на некомерційні (соціальні, дослідницькі та освітні) проекти; формування професійних основ і комплексу знань про принципи, підходи та технології фандрайзингу; оволодіння вміннями та навичками практичних прийомів фандрайзингу.

Опанування змісту освітньої компоненти реалізується шляхом вивчення лекційного матеріалу, підготовки до семінарських занять та виконання самостійної й індивідуально-дослідної роботи з наступних тем: вступ до фандрайзингу, історичні тенденції та закономірності розвитку благодійності і фандрайзингу в Україні та країнах світу, теоретико-прикладні аспекти фандрайзингової діяльності, модель планування фандрайзингу, стратегічне планування в фандрейзинговій діяльності, технологічні аспекти сучасного фандрайзингу.

Для демонстрації рівня опанування результатів навчання за освітньою компонентою «Фандрайзинг в соціальній роботі» здобувачам необхідно: заповнити аплікаційну форму проекту, скласти бюджет (кошторис витрат) проекту, розробити робочий план (чек-лист) реалізації розробленого проекту, запропонувати можливі поєднання соціального проекту з соціальним підприємництвом.

Ще однією освітньою компонентою опанування якою сприяє формуванню проектної компетентності майбутніх надавачів соціальних послуг є «Проектні технології в соціально-педагогічній

роботі», яка викладається на другому (магістерському) рівні вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Соціальна педагогіка».

Метою викладання цієї освітньої компоненти є: розвиток професійної компетентності здобувачів освіти, сприяння у засвоєнні ними теоретичних знань, практичних умінь, оволодінні основами соціально-педагогічного проектування як інструменту професійної діяльності, формування практичних навичок використання проектного підходу до розв'язання соціально-педагогічних проблем, вдосконалення своїх здобутків в галузі соціальної роботи.

Основними завданнями є: формування мотивації здобувачів вищої освіти до оволодіння знаннями, уміннями і навичками створення соціально-педагогічних проектів; ознайомлення з потенціалом проектної діяльності у вирішенні соціально-педагогічних проблем; опанування теоретично-методичними основами соціально-педагогічного проектування; відпрацювання навичок розробки соціально-педагогічних проектів, програм.

Програма освітньої компоненти включає опанування наступних тем: проектування: природа, сутність, методологія, проектна компетентність особистості, основи та практичне значення соціального проектування, соціально-педагогічне проектування як педагогічна технологія, технологія розробки соціально-педагогічного проекту, соціально-педагогічний проект як текст, проектний менеджмент, технологія моніторингу соціальних проектів. А також виконання завдань семінарських занять, самостійної та індивідуально-дослідної роботи. На підсумковий контроль здобувачам освіти необхідно застосувати отримані знання, вміння і навички на практиці, а саме, розробити авторський соціально-педагогічний проект, спрямований на вирішення визначеної соціально-педагогічної проблеми та захистити його.

Окрім традиційних підходів формування відповідних професійних компетентностей, в межах навчання за

освітньо-професійними програмами «Соціальна робота та соціальна педагогіка», «Соціальна робота та практична психологія» та «Соціальна педагогіка» передбачено проведення конкурсів (пітчінг) наукових проєктів на соціальну тематику «Гараж ідей».

Отже, організація освітнього процесу на основі нових підходів, парадигм, формування іншого освітнього середовища, орієнтованого на надання можливостей побудови індивідуальних траєкторій розвитку, передбачають необхідність формування проєктної компетентності майбутніх фахівців. Цілеспрямований розвиток особистісної самоорганізації на рівні вищої освіти може вирішити нові завдання соціального розвитку, що стоять перед освітніми організаціями. В даному випадку йдеться про необхідності розробки методичного забезпечення формування проєктної компетентності фахівців соціальної сфери, що відповідає сучасним запитам, оскільки проєктування є одним із дієвим інструментом формування стійкої системи цінностей, соціального статусу особистості і становлення самосвідомості.

Таким чином, можна з впевненістю стверджувати, що проблема формування проєктної компетентності на сьогодні стає актуальною для соціальної сфери, оскільки вона відповідає потребам формування нової якості сучасної людини та розвитку творчої діяльності суб'єктів процесу соціального захисту населення.

1.3 Проєктування професійного бренду фахівця соціальної сфери

Входження України в європейський та світовий освітній простір вимагає модернізації змісту освіти в контексті її відповідності сучасним вимогам. Основним завданням сьогодення є практична реалізація питань, спрямованих на забезпечення для України міцного підґрунтя як високорозвиненої, соціальної за своєю сутністю,

демократичної правової держави, її інтегрування в європейський та світовий економічний процес [19].

У сучасних умовах модернізації освітнього простору всіх рівнів важливого значення набуває тенденція створення конкурентного середовища, взаємовідносин між людьми, які характеризуються станом наявної або прихованої боротьби за владу, любов, престиж, визнання, матеріальне процвітання, реалізацію внутрішнього потенціалу людини. Головною перевагою в конкурентному змаганні для сучасного фахівця соціальної сфери є його особистий бренд. Слід відзначити, що сучасний інтерес до формування персонального бренду пов'язаний із багатьма об'єктивними чинниками.

По-перше, актуалізується проблема підвищення конкурентоспроможності фахівців у різних сферах. Персональний бренд як один із найефективніших інструментів підвищення конкурентоспроможності стає об'єктом наукових та суспільних дискусій. Розробляються нові підходи до створення, підтримки та просування особистого бренду з урахуванням трансформації зовнішнього та внутрішнього професійного середовища, його інтенсифікації та цифровізації.

По-друге, в останні роки суттєво розширюється діапазон професійних та галузевих сегментів, представники яких зацікавлені у формуванні персонального бренду. Якщо раніше потреба у створенні особистого бренду була характерною здебільшого для політиків, бізнесменів, медійних особистостей, то зараз ідея персонального брендингу є актуальною для представників найрізноманітніших професій. Формувати власний бренд сьогодні важливо не лише зіркам чи іншим публічним особам, а й усім, хто прагне досягти успіху у своїй сфері.

Актуальність теми обумовлена також значною затребуваністю в сучасному суспільстві ринку соціальних послуг, який стрімко розвивається і є тим сегментом економіки, де формується потенціал нації. Кількість гравців на цьому ринку велика, і конкуренція

відповідно висока [15: 223-224]. Наскільки затребуваним буде заклад, установа чи організація, що надає соціальні послуги, визначається безліччю факторів, що включають в себе: освіту, кваліфікацію надавачів соціальних послуг, використання сучасних технологій, наближення стандартів надання соціальних послуг до європейських, можливості, які надає заклад, його репутація та імідж і особливо його бренд.

Адресний характер бренду, його орієнтацію на конкретну цільову аудиторію відзначають багато експертів. Персональний імідж визначається як «образ спеціаліста який сприймається окремими представниками контактних груп споживачів (клієнтів), виражений в асоціаціях та сформований на основі інформації, яка розроблена та розповсюджується самим фахівцем» [22]; як «реальний образ людини, який транслює її унікальність у певній сфері діяльності та цільовій аудиторії» [22: 182-187].

Фахівець соціальної сфери – це та людина, яка постійно комунікує із різними цільовими аудиторіями: клієнти, колеги, адміністрація закладу, представники влади, громада тощо. Тим самим він підтверджує власну експертність, створює власний позитивний імідж та престиж і довіру до закладу, з яким, як правило, він асоціюється. Саме тому так важливий персональний бренд фахівця соціальної сфери. А орієнтація на маркетинговий підхід у процесі його професійного розвитку сприятиме створенню іміджу, подальшому просуванню в кар'єрі, створить передумови для впровадження стратегічних планів розвитку, раціонального вибору та прийняття особистістю правильних управлінських рішень щодо свого майбутнього [16].

Трансформаційні зміни, що здійснюються як у теорії брендменеджменту, так і його практичному застосуванні, загострюють необхідність наукового пошуку, спрямованого на створення теоретико-прикладних підходів до проєктування професійного бренду. Традиційні підходи до визначення

персонального бренду за останні десятиліття доповнені дослідженнями, присвяченими розробці авторських концепцій формування особистих брендів (з урахуванням галузевих, професійних особливостей), а також апробації нових технологій самопросування та самобрендингу.

Проблемі формування бренду приділена значна увага в сучасній науковій літературі. Про це свідчать роботи Д. Аакера, Т. Амблера, С. Бережника, К. Веркмана, Є. Головльова, С. Девіса, Я. Елвуда, С. Ілляшенко, К. Келлера, Ф. Котлера, Д. Макнелли, М. Яненко та ін.

До розряду культурологічних досліджень належать такі наукові роботи: «Легендарні бренди: розкручені міфи, в які повірив увесь світ» (Л. Вінсента); «Культ брендів» та «Герой і бунтар» (Д. Аткіна); «Створення брендів за допомогою архетипів» (М. Марк, К. Пірсон). Так, наприклад, у своїх роботах Д. Аткін окреслює принципи, що лежать в основі створення «культу» навколо конкретного бренду. Маргарет Марк і Керол Пірсон у творі «Герой і бунтар» досліджують можливості архетипів для створення та впровадження брендів у масову свідомість і на основі архетипів розробляють практичну методику створення персонального бренду.

Вивченню бренду, його структури та особливостей формування присвячено також праці Т. Геда, Ж.-Н. Капферера, Д. Міллера, І. Струтинської та ін. Імідж ставав об'єктом дослідження Є. Капітан, І. Максименко, О. Федоренко та ін., а репутація – Я. Босика, М. Іванова, Н. Розанова та ін. Комунікації у створенні персонального бренду досліджувалися Н. Балук, Л. Бук, О. Вовчанською та С. Скибінським. Вивчення теоретико-методологічних та практичних аспектів персонального брендингу у віртуальному комунікативному просторі належать Л. Баєвій, А. Бахметьєвій, W. Lippman та ін.

Самомаркетинг та егомаркетинг в межах працевлаштування та побудови кар'єри будь-якого фахівця досліджували С. Гладун, М. Горчакова-Сибірська, Т. Довга, Т. Заїка, Г. Захарчин, Л. Кицькай, О. Комар, В. Парахіна, Е. Ромат та ін.

Результати бібліографічного аналізу дають підстави стверджувати, що, незважаючи на велику кількість літератури з формування персональних брендів, бракує наукових праць, методичних розробок, присвячених формуванню здатності фахівця соціальної сфери до проектування власного професійного бренду та застосування його на практиці.

Сьогодні брендинг – це потужний інструмент формування бачення продукції або послуг споживачами і дієвий засіб впливу на їхню споживчу поведінку. Керівництво компаній по всьому світу інвестують щороку величезну кількість грошей і часу на розвиток, просування і затвердження своїх корпоративних марок. Варто згадати лише про Coca-cola, Apple, BMW або McDonalds [23]. Тож, якщо брендинг використовують компанії, чому його не може використовувати людина як особистість? Адже багато ідей і методик формування прихильності через бренд-менеджмент, які використовуються в бізнесі, довели свою ефективність і можуть бути перенесені у сферу персонального брендингу [16, 17]. Як доводять ряд авторів (В. Бугрим, Д. Міллер, О. Трач, N. Warkentin та ін.), бізнес-принципи бренд-менеджменту цілком можна перенести на рівень, досить зрозумілий звичайній людині, з метою співвідношення пропонованих ідей з особистим життям [18, 20, 23]. Окремій людині або групі необхідно мати бренд у тому разі, якщо вони стикаються з конкуренцією в тій чи іншій професійній сфері, що може стати перепоною на шляху досягнення поставлених цілей. Тому персональний брендинг використовує ключові корпоративні принципи і практики для того, щоб надати можливість управляти своїм іміджем та репутацією.

З метою формування професійних компетентностей викладачів вищої школи нами було розроблено модуль «Професійний бренд викладача». Модуль було реалізовано в межах програми підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників «Ars DOSENDI». Програму укладено з урахуванням постанови КМУ «Порядок

підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників» (від 21.08.2019 р., із змінами і доповненнями, внесеними КМУ від 27.12.2019 р. № 1133), професійного стандарту на посади «Асистент», «Викладач», «Старший викладач», «Доцент», «Професор» від 30.01.2020 р.

Метою модуля «Професійний бренд викладача» є формування у викладачів закладу вищої освіти системи професійних компетенцій з використання основ брендингу, методів та інструментів його створення для ефективного просування себе як сучасного викладача і фахового експерта. Зміст модуля складається з трьох тем, опанування яких допоможе сформувати в слухачів здатність використовувати основи брендингу у своїй професійній діяльності:

1. Поняття бренду та його значення для сучасного педагога (основні категорії та поняття: бренд, бренд-айдентика, брендинг, персональний /особистий бренд; індивідуальність бренду викладача закладу вищої освіти та принципи відмінності між ними; воронка персонального бренду; три сили особистого бренду).

2. Етапи створення бренду викладача (основні етапи та технології, що використовуються в побудові бренду: блиц-аудит персонального бренду; співвіднесення особистісних цінностей з обраною сферою діяльності (спіральна динаміка цінностей Клера Грейвза); моделі створення брендів: колесо бренду, модель ТТВ, модель Unilever Brand Кау; перспективний план розвитку особистого бренду викладача).

3. Інструменти для популяризації власного професійного бренду викладача (соціальні мережі – огляд найпопулярніших мереж; можливості, рекомендації по просуванню в соціальних мережах; загальні правила використання соціальних мереж; SMM; сайт (блог) викладача: огляд найпопулярніших інструментів, можливості, рекомендації по створенню та наповненню, просуванню себе як сучасного викладача і фахового експерта; портфоліо педагога. Створення сайту-портфоліо за допомогою інструменту Google-сайтів).

Модуль побудовано таким чином, щоб його опанування сприяло вдосконаленню раніше набутих та/або набуттю нових компетентностей науково-педагогічними працівниками в межах викладацької діяльності, а саме: знати основні категорії та поняття курсу; розуміти значення індивідуального бренду викладача закладу вищої освіти та принципи відмінності між ними; застосовувати інструменти для створення та просування власного персонального бренду; аналізувати та перевіряти достовірність джерел у мережі Інтернет; оцінювати потенціал власного бренду; синтезувати та диференціювати брендингові комунікації.

Освітній процес та оцінювання реалізовувався за допомогою системи управління навчанням Google Classroom, електронної пошти, конференції в ZOOM та ін. Деякі функції системи управління освітнім процесом використовувались як засоби комунікації для проведення занять, а також як навчальні завдання, зокрема застосовувались форуми та чати. Для забезпечення цього процесу для слухачів були підготовлені та розміщені на платформі Google Classroom навчальні матеріали: відеолекції, мультимедійні презентації та стислі конспекти лекцій, інтерактивні завдання; опитування та інші ресурси в мережі Інтернет.

Під час розробки та впровадження модуля «Професійний бренд викладача» нами було враховано вимоги нормативно-правового забезпечення курсів підвищення кваліфікації педагогічних працівників, за яким курс має містити ресурси трьох типів: інформаційні, діяльнісні та комунікативні.

Курс має типову структуру:

- загальні відомості про модуль (презентація курсу, графік освітнього процесу, алгоритм навчання, критерії оцінювання знань, список друкованих та Інтернет-джерел);
- супровід модуля (форум, новини курсу);
- методичні матеріали (силабус, конспекти лекцій, презентації до лекцій (мультимедійні, відео); робочий зошит слухача, у якому

розміщено методичні рекомендації до практичних занять: зміст, форми подання результатів та приклади виконання).

Слухачі мали опанувати представлений інформаційний матеріал у визначені терміни, виконати індивідуальні завдання, а також ознайомитися з іншими додатковими джерелами. Під час вивчення модуля всі види діяльності слухачів підлягали поточному контролю.

У ході дискусій під час подання лекційного матеріалу та виконання практичних вправ онлайн на платформі ZOOM слухачі курсу мали змогу зрозуміти, з чого почати будувати особистий бренд (себе як спеціаліста та фахового експерта), зрозуміти механізм та елементи аналізу і принципи сегментування цільової аудиторії, а також прописати покроковий алгоритм стратегії просування та підібрати відповідні майданчики (канали) для цього.

Отже, упровадження модуля «Професійний бренд викладача» до програми підвищення кваліфікації педагогічних та науково-педагогічних працівників «Ars DOSENDI» Бердянського державного педагогічного університету допоможе сформувати здатність до проектування (розробки та просування) персонального бренду викладача закладу вищої освіти. Це, у свою чергу, позитивно вплине як на імідж самого викладача, так і закладу освіти загалом. Адже правильно спроектований персональний бренд, за спостереженням фахівців, дозволяє вигідно себе позиціонувати, створювати репутацію, підвищувати власну конкурентоздатність на ринку освітніх послуг, мати стабільний дохід, виявляти стресостійкість до негативних економічних кризових явищ, розширити коло професійного спілкування, структурувати та систематизувати знання, забезпечити професійний розвиток та підвищення кваліфікації. В особистісному плані – розкрити особистий потенціал, використовуючи інноваційні способи самореалізації, підвищити самооцінку та впевненість у власних силах. На державному рівні створення та управління персональним брендом

викладача сприятиме підвищенню престижу професії та викладацької діяльності в очах здобувачів освіти, їхніх батьків, колег, суспільства.

Список використаних джерел

1. Petrovskaya, K. (2016). Forming of project competence in future representatives of social services, *Social Work and Education*, Vol.3, No. 2., pp. 56-62.

2. Безпалько О. В. Соціальне проектування. Навчальний посібник. К., 2010. 127 с.

3. Гонтаренко І. С. Формування проектної компетентності майбутніх учителів гуманітарних дисциплін засобами інтернет-ресурсів: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Х., 2016. 296 с.

4. Енциклопедія для фахівців соціальної сфери / за заг. ред. І. Звереві. 2-ге вид. Київ, Сімферополь : Універсум, 2013. С. 504-509.

5. Закон України “Про вищу освіту”. Режим доступу: <http://fedmet.org/analytics/zakon-ukraini-pro-vishhu-osvitu/>

6. Зимівець Н. В. Формування проектної компетентності особистості в освітньому середовищі шляхом реалізації соціальних ініціатив. Режим доступу: http://distance.dnu.dp.ua.ukr.conference.2015.osvitniy_dosvid_v_Ukraini/Zimovets.pdf.

7. Зосименко О. В. Організація проектної діяльності майбутніх педагогів у процесі вивчення педагогічних дисциплін : дис. ... канд. пед. наук : спец. 13.00.04. Полтава, 2010. 256 с.

8. Петровська К. В. Проектування професійного бренду викладача закладу вищої освіти. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. Серія: Педагогічні науки: зб. наук. пр. Вип. 2. Бердянськ: БДПУ, 2022. 491 с. / С. 335-344

9. Петровська К. В. Формування проектної компетентності майбутніх соціальних працівників. *Розвивальний потенціал сучасної соціальної роботи: методологія та технології*: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (15 – 16 березня 2018 року, Київ) / за

ред. Ю.М. Швалба. Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2018. 258 с. / С.143-147.

10. Петровська К. Формування основ проектної компетентності майбутніх надавачів соціальних послуг в умовах закладу вищої освіти. *Соціально-освітні домінанти професійної підготовки фахівців соціальної сфери та інклюзивної освіти: збірник наукових статей* / Бердянський державний педагогічний університет ; укладач Петровська К. В. Бердянськ, 2019. С. 125-130.

11. Тюття Л. Т., Іванова І. Б. Соціальні технології і технології соціальної роботи. *Соціальна робота (теорія і практика): навчальний посібник*. Київ: Знання, 2008. С. 291-405.

12. Громадські ініціативи – рушійна сила змін у громаді. *Збірка кращих практик локальних проєктів* / Упорядник: Н. Чермошенцева. Херсон : МО «Нова Генерація», 2015. 100 с.

13. Балук Н. Р. Комунікації у створенні персонального брэнда. Підприємництво і торгівля. 2018. Вип. 23. С. 111-119.

14. Біла книга національної освіти України / Т. Ф. Алексеєнко, В. М. Аніщенко, Г.О. Балл та ін.; за заг. ред. В. Г. Кременя; НАПН України. Київ : Інформ. системи, 2010. 342 с.

15. Біловодська О. А. Персональний брэндинг як важливий інструмент успішної професійної діяльності. Економічні проблеми сталого розвитку: тези доповідей науково-технічної конференції викладачів, співробітників, аспірантів і студентів факультету економіки та менеджменту, присвяченої дню науки в Україні, Суми, 18-22 квітня 2011 року / Відп. за вип. А. Ю. Жулавський. Суми : СумДУ, 2011. Ч. 4. С. 223-224.

16. Брэнд-менеджмент: маркетингові технології: *матеріали III Міжнар. наук.- практ. конф.* (Київ, 11 березня 2021 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. 394 с.

17. Брэнд-менеджмент: теорія і практика. навч. посібник / укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль : Прінт-офіс, 2015. 204 с.

18. Бугрим В. В. Іміджологія / Іміджмейкінг: навчальний посібник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 250 с.

19. Маніфест про навчання дорослих у XXI столітті. Сила та радість від навчання. Європейська асоціація освіти дорослих – ЄАОД. 2019. URL : http://www.dvvinternational.org.ua/fileadmin/files/easternneighbors/Ukraina_pics/Publications/eaed_manifesto_ukraina_2019_print.pdf (дата звернення: 20.07.2022).

20. Міллер Д. Створи StoryBrand. Розкажи історію бренду, і тебе почують / пер. з англ. В. Дешка. Харків : Віват, 2022. 240 с.

21. Освіта дорослих: світові тенденції, українські реалії та перспективи : монографія / за заг. ред. акад. Н. Г. Ничкало, акад. І. Ф. Прокопенка. Інститут педагогічної освіти та освіти дорослих імені І. Зязюна НАПН України, Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди. Харків : ФОП Бровін О.В., 2020. 546 с.

22. Трач О. Ю. Імідж, бренд та репутація: їх взаємозв'язок і вплив на розвиток території, організацій та окремих осіб. Логістика: зб. наук. праць. Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2011. С. 182-187. URL : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12308/1/025_Imidzh%20brend%20ta%20reputac_182_187_706.pdf (дата звернення: 06.08.2022).

23. Warkentin N. Eigenmarketing: Tipps für die Selbstdarstellung. 2016. URL : <https://karrierebibel.de/eigenmarketing/> (дата звернення: 20.08.2022).