

УДК 378.141

Джус О. В.

ORCID 0000-0001-9363-689X

Доктор педагогічних наук, доцент,  
завідувач кафедри професійної освіти та інноваційних технологій,  
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»  
(Івано-Франківськ, Україна) E-mail: oksana.dzhus@pnu.edu.ua

Лукачович Г. О.

ORCID 0000-0001-7960-2319

Вихователь, ДНЗ 10 «Катруся»  
(Івано-Франківськ, Україна) E-mail: galana1314@ukr.net

## БРЕНДИНГ ВИХОВАТЕЛЯ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ ЯК ІННОВАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ

У статті проаналізовано розвиток теоретичних основ і удосконалення методичних положень з формування і використання персонального бренду вихователя закладу дошкільної освіти, що розглядаються як чинник підвищення конкурентоспроможності педагогів у сучасних умовах. Актуалізовано питання створення конкурентоспроможного освітнього середовища шляхом еволюціонування позиції педагогів від статусу державних службовців, які пасивно чекають, коли держава зверне увагу на їх професійні здобутки, до позиції активного суб'єкту на ринку освітніх послуг, здатних розпоряджатися своїм фаховим капіталом і знаходити найбільш вигідні сфери його застосування. Здійснено аналіз поняття «особистий бренд», брендингових технологій, систематизовано дистанційні платформи для вихователів, проаналізовано інтернет-ресурси для брендингу, розроблено рекомендації для створення персонального бренду вихователя закладу дошкільної освіти.

**Мета дослідження** – проаналізувати брендинг вихователя закладу дошкільної освіти як інноваційну технологію, розглянути можливість використання персональних брендів освітян як чинник підвищення їх конкурентоспроможності та фахового зростання. **Методи дослідження.** пошуково-бібліографічний, аналіз, синтез, узагальнення, систематизація, класифікація здобутих фактів і даних, узагальнення й систематизації виявлених матеріалів і даних. **Наукова новизна.** Розкриття сутності брендингу вихователя закладу дошкільної освіти як інноваційної технології.

**Висновки.** Брендинг вихователя закладу дошкільної освіти можна вважати інноваційною технологією, яка сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вихователя ЗДО та соціального статусу педагогічної праці, іміджевою складовою його професійного становлення і, певною мірою, фахового зростання активного, діяльного агента змін сучасної освіти. Перспективним вважаємо аналіз питання брендингу педагога у контексті монетизації освітніх послуг та організації приватного закладу дошкільної освіти.

**Ключові слова:** особистий бренд, брендинг, блог, сайт, самоосвіта, інноваційні технології.

**Постановка проблеми.** Видатний американський підприємець і благодійник Дж. Д. Рокфеллер стверджував: «Заробіть репутацію, і вона буде працювати на вас». Сучасна тенденція актуалізації питання створення конкурентоспроможного освітнього середовища покликала до життя нові вимоги до педагога: потребу своєї успішності та популяризації цієї якості. Тобто позиція педагогів еволюціонувала від статусу державних службовців, які пасивно чекають, коли держава зверне увагу на їх професійні здобутки, до позиції активного суб'єкту на ринку освітніх послуг, здатних розпоряджатися своїм фаховим капіталом і знаходити найбільш вигідні сфери його застосування. Отож, головною перевагою у конкурентному змаганні для сучасного педагога є його особистий бренд як «образ людини, який сприймається іншими людьми», як «сукупність професійного досвіду людини, найкращих рис особистої постаті спеціаліста, її ексклюзивність у своїй діяльності». Своєю чергою, поняття «брендинг» трактуємо як процес створення особистого бренду і управління ним, як процес, що дасть педагогу упізнаваність, позитивну, креативну репутацію, підвищення самооцінки, постійний розвиток [5; 12].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Зростання ролі використання брендів у комерційній сфері сприяє активному розширенню сфер їх застосування в інших сферах, зокрема, й особистісній. Ця проблема висвітлена в працях Д. Аакера, О. Біловодської, О. Зозульова, В. Ісаєва, К. Келлер, В. Кумара,

Ф. Котлера, Д. Макнеллі, Н. Писаренка, М. Пузікової, Х. Рамперсада, О. Є. Ромата, Ротова, Т. Петерса, Г. Студінської, та ін.

Разом з тим, відсутність цілісного аналізу проблеми, винесеної в заголовок статті, зумовила її **мету**: проаналізувати брендинг вихователя закладу дошкільної освіти як інноваційну технологію, розглянути можливість використання персональних брендів освітян як чинник підвищення їх конкурентоспроможності та фахового зростання.

**Методи дослідження.** Для отримання результатів дослідження та їх інтерпретації застосовувались такі методи: пошуково-бібліографічний, аналіз, синтез, узагальнення, систематизація, класифікація здобутих фактів і даних, узагальнення й систематизації виявлених матеріалів і даних.

**Результати дослідження.** «Бренд – комплекс понять, які узагальнюють уявлення людей про відповідний товар, послугу, компанію або особистість. Існує кілька основних трактувань бренду. Згідно з першим, – бренд – це сума всіх почуттів, спогадів, образів та емоцій, які виникають у людини, коли вона з ним стикається. А другим, – це обов'язково позитивний образ, який засвідчує високу якість та репутацію свого власника» [2; 5]. Особистий бренд – це образ особистості, який сприймається іншими людьми [11]. Схематично можемо його окреслити таким чином (рис. 1).

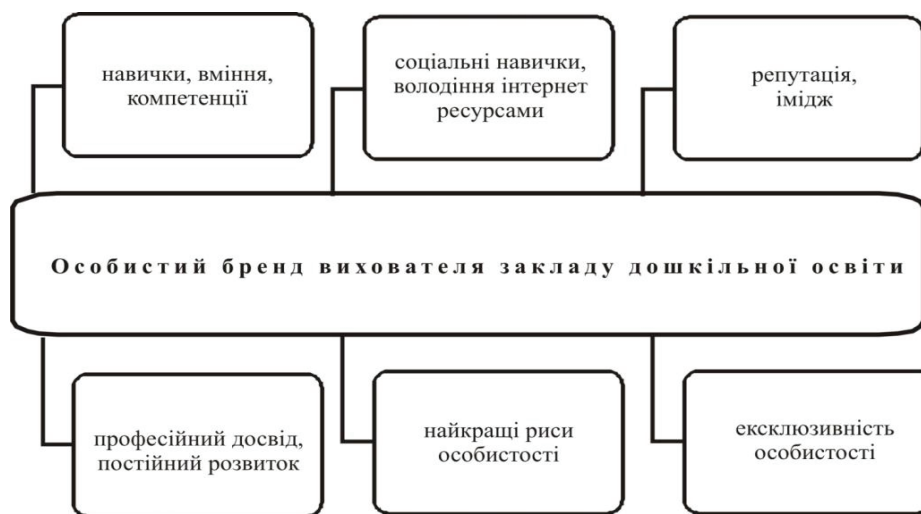


Рис. 1. Компоненти особистого бренду вихователя

На думку Д. Аакер, В. Кумар, Дж. Дэй, кожна людина повинна перетворити своє ім'я в бренд [1]. Бренди можна вважати вигадкою маркетологів, але, разом з тим, споживачі регулюють «ринку», зокрема й освітній, і не дозволять створити ім'я якійсь нісенітниці.

Виокремлюють такі аспекти бренду (рис. 2).

А. Кострубська, Є. Забурмеха пропонують такі параметри формування персонального бренду [10] (рис. 3).

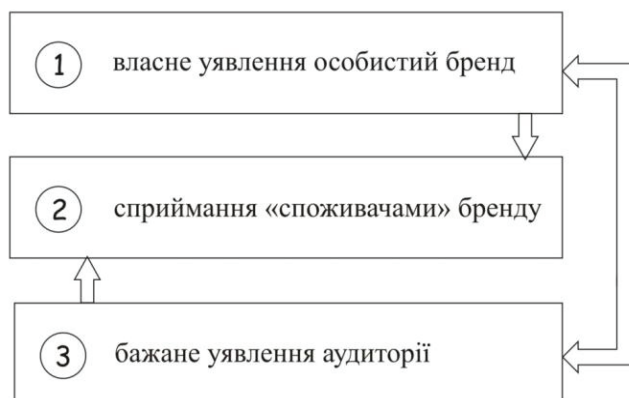


Рис. 2. Аспекти особистого бренду



Рис. 3. Параметри формування власного персонального бренду

Власне, на їх думку, модель, що відбиває атрибути, які створюють у свідомості людей образ особистого бренду, є «Моделлю трьох параметрів» – компетентності, стандартів і стилю. Ціком імовірно, що вона може бути адаптована і для формування персонального бренду вихователя закладу освіти.

Параметри формування власного персонального бренду представлено у таблиці 1 [10].

Таблиця 1

**Параметри формування  
власного персонального бренду**

№ з/п	Параметр	Характеристика
1.	Компетентність	Основа стосунків, набір функцій, які при здійсненні забезпечують задоволення основних сподівань людини. Відбиває рівень кваліфікації, професіоналізму. Реалізується стандартами.
2.	Стандарти	Формують у свідомості іншої людини детальну унікальну картину особистого бренду. Це властивості характеру та поведінки.
3.	Стиль	Взаємодія з соціальним оточенням. Стає важливим після формування двох перших параметрів.

Варто зазначити, що правильне позиціонування – половина успіху будь-якого продукту, послуги. Для побудови успішної кар'єри таким продуктом стає сама особистість. Тому побудова персонального бренду (брендинг) передбачає виконання низки конкретних завдань, вирішення яких потенційно має привести до успіху:

- систематичне оновлення досвіду;
- спілкування для розширення кола контактів (нетворкінг);
- реклама у соціальних мережах та освітніх платформах.

Ключові елементи побудови персонального бренду репрезентовані у такій схемі (рис. 4) [6]:

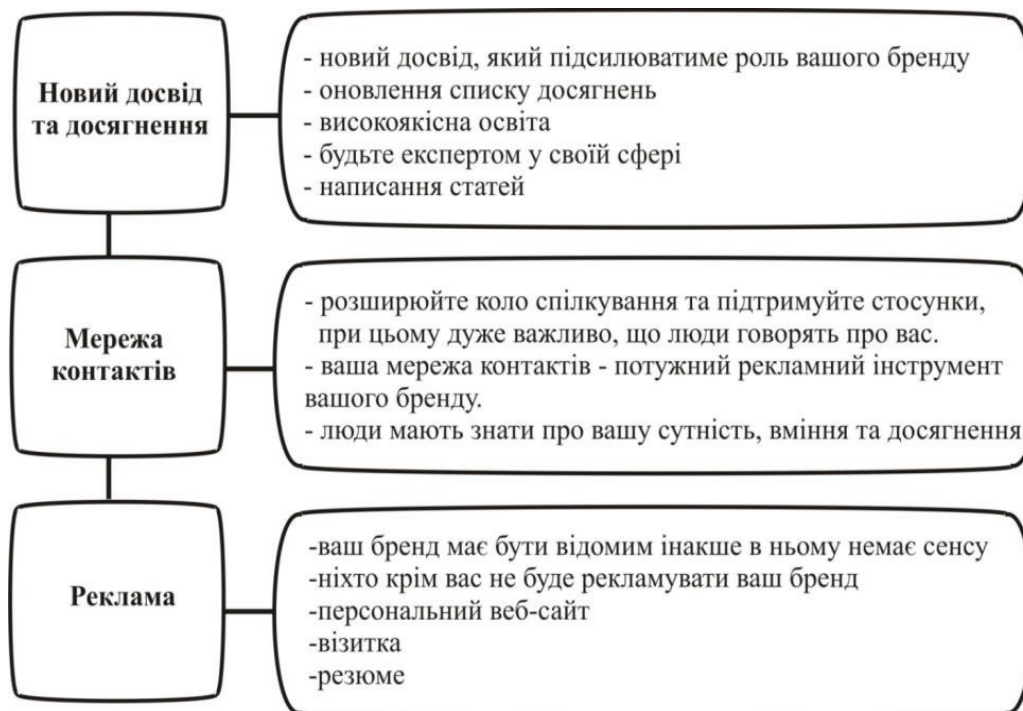


Рис. 4. Ключові елементи побудови персонального бренду

Означене дозволяє стверджувати, що для створення і просування персонального бренду вихователя закладу дошкільної освіти використовують схожі, переважно маркетингові, інструменти. Через доступність і популярність послуг інтернету його можна використовувати для персонального брендингу [3; 4; 7; 8].

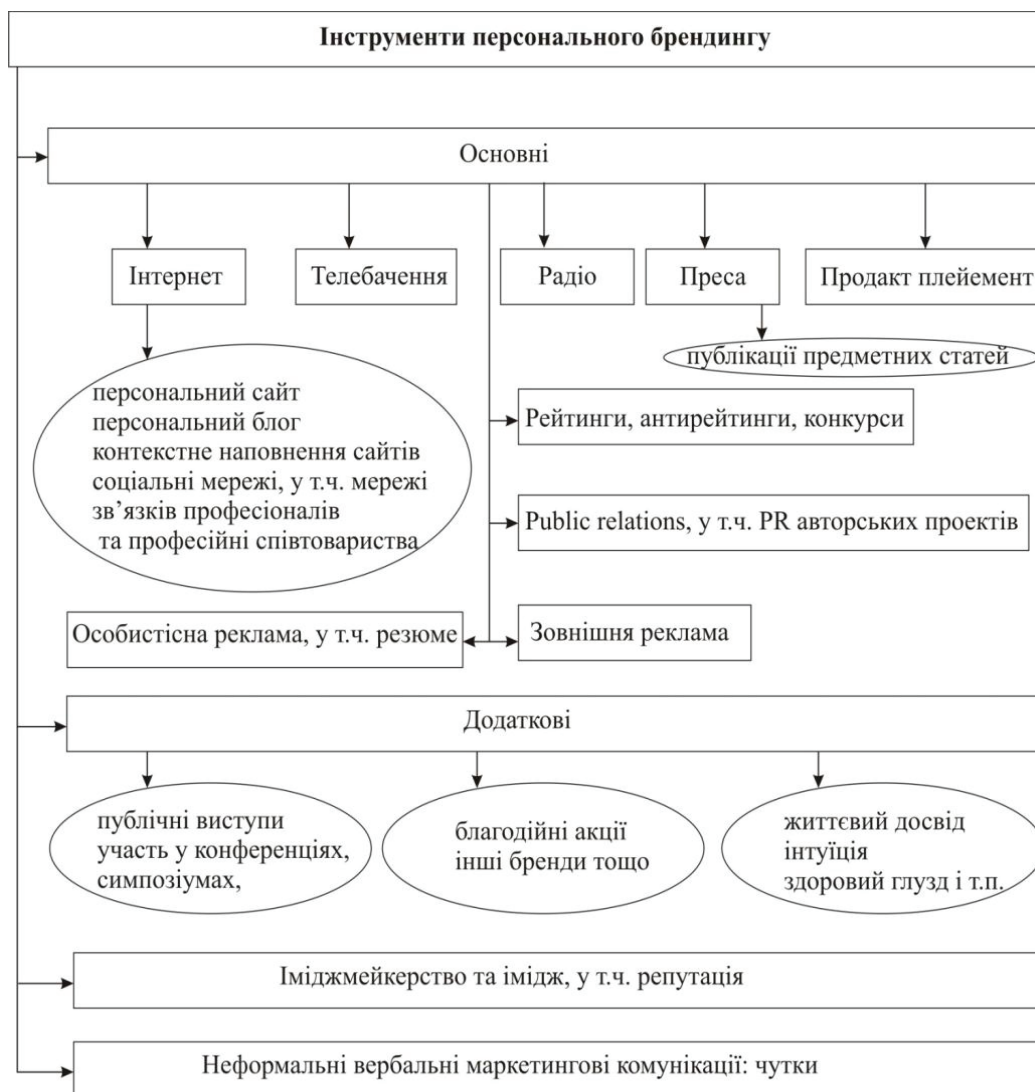


Рис. 5. Інструменти персонального брендингу

Разом з тим, успішність брендингу у цьому контексті залежить від знань, умінь і навичок педагога в цій сфері.

Інструменти особистого брендингу в інтернеті можна репрезентувати завдяки такій схемі (рис. 6).

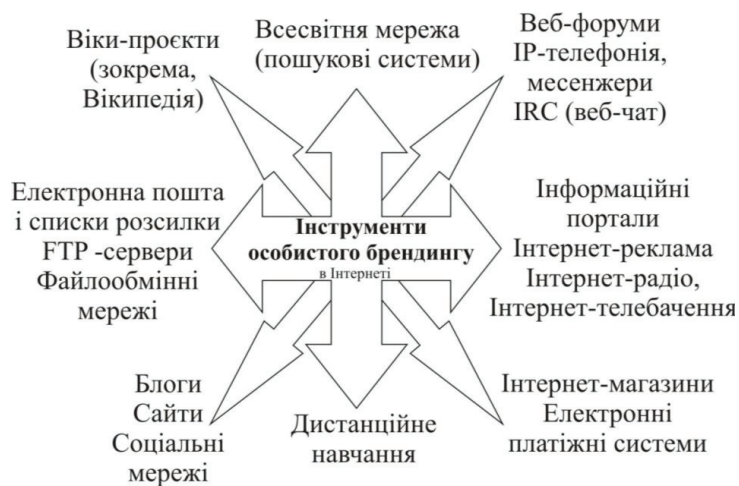


Рис. 6. Інструменти особистого брендингу в інтернеті

Аналіз пропонуваніх брендінгових технологій можна втілити за допомогою інтернет-ресурсів, види, характеристика та призначення яких систематизовано у пропонуваній таблиці [3].

Таблиця 2

## Аналіз брендінгових технологій

№ з/п	Вид інтернет-ресурсу	Характеристика	Призначення
1.	Сайт-візитка	Представництво в інтернеті	Розміщення короткої довідкової, контактної інформації
2.	Промосайт	Яскравий сайт, який рекламує послуги, бренди	Реклама послуг, брендів
3.	Інформаційний портал	Мережеві видання, інформаційні агентства або інтернет-представництва ЗМІ	Залучення аудиторії, продаж інформаційного контенту
4.	Блог	Сайт з оновлюваними записами, зображеннями або мультимедіа	Особисті цілі, спілкування; залучення аудиторії, збір інформації
5.	Форум	Веб-додаток для організації спілкування відвідувачів сайту, іноді самостійний ресурс	Обговорення питань, комунікація зі споживачами, накопичення бази даних
6.	Соціальна мережа	Інтерактивний, для багатьох користувачів, контент якого наповнюється самими учасниками мережі	Збір даних про користувачів, їх інтереси, пристрасті, звички і т.д.

Їх використовують для створення портфолію, розміщення резюме, поширення, реклами і навіть продажу власних розробок занять, ігор, презентацій, відео-, аудіо-, методичних матеріалів, порад, консультацій тощо, для зберігання і структурування інформації тощо.

Як уже зазначалося, особистий брендінг – це процес створення особистого бренду і управління ним. Особистий брендінг вихователя закладу дошкільної освіти має свою специфіку, етапи якого схематично представлені таким рисунком 7.

Отож, особистий брендінг вихователя закладу дошкільної освіти передбачає такі етапи:

1. Визначення особливого («сильного») напрямку діяльності вихователя.
2. Виявлення аудиторії для просування. Це можуть бути діти, батьки, вихователі, методисти. Можна вибрати один сегмент, а можна працювати у всіх напрямках [14].
3. Вибір інтернет-ресурсів, де просуватиметься бренд. Для дошкільнят найкраще обирати ютуб та інстаграм, для батьків – фейсбук, а для вихователів та методистів створені специфічні платформи, як от «Всеосвіта», «Освіторія», «Педрода» тощо. Крім того, можна створити окремий сайт чи блог.
4. Наповнення і структуризація різного роду інформації на сайтах та блогах. Вона повинна містити посилання на автора, бути цікавою і актуальною. Для збереження методичних матеріалів, інформації, документації можна використовувати різні хмарні сховища та файлообмінники (гуглдіск, дропбок тощо).

Важливо дотримуватися правил етикету і норм законодавства під час просування особистого бренду.

Для монетизації можна розмішувати рекламу на своїх сторінках, але, знову ж таки, із дотриманням етичних норм, наприклад, це можуть бути цікаві навчальні матеріали для дітей і (чи) про дітей.

Для власного професійного розвитку і навчання необхідно брати участь в різних тренінгах, семінарах, конкурсах і доносити власні враження про ці події. Для цього необхідно створити перспективний план розвитку особистого бренду:

- Підбір вдалих фотографій для сайту (блогу), презентацій, публікацій, соціальних мереж.
- Визначення методики, технології, яка може стати «родзинкою». Збір та накопичення інформації з цього питання (цікаві статті, розробки занять та інших заходів, презентації, тести та вікторини, ігри, навчальні матеріали тощо).
- Укладання переліку видань, в яких можна публікувати власні розробки (статті, конспекти, заходи, дидактичні матеріали тощо).
- Укладання орієнтовного графіка публікації власних розробок з їх подальшою публікацією.
- Укладання орієнтовного графіка участі у семінарах, педагогічних форумах, вебінарах чи веб-конференціях та участь в них.
- Складання орієнтовного графіка участі у професійних конкурсах та участь в них, графіка навчання (підвищення кваліфікації).
- Розробка та поширення інформаційних продуктів з обраної теми тощо.

5. Для натхнення і взаємонавчання необхідно «слідкувати» (відстежувати) за цікавими педагогами, які вже стали брендом. (У цьому контексті вважаємо доцільним опрацювати книгу Т. Пітерса

«Переосмислення роботи. Людина-бренд або 50 вірних способів перетворитися з рядового працівника в бренд оригінальності, відданості та ініціативності!»).

6. Щоб стати найкращим у своїй справі, необхідно себе «просувати», писати цікаві публікації на обрану тематику, створювати унікальний контент, показувати себе в роботі [9].

7. Аналіз і корекція. Щоб розвиватися, зростати професійно і, відповідно, більше заробляти, потрібно аналізувати свою діяльність і, за потреби, вносити корективи [13].

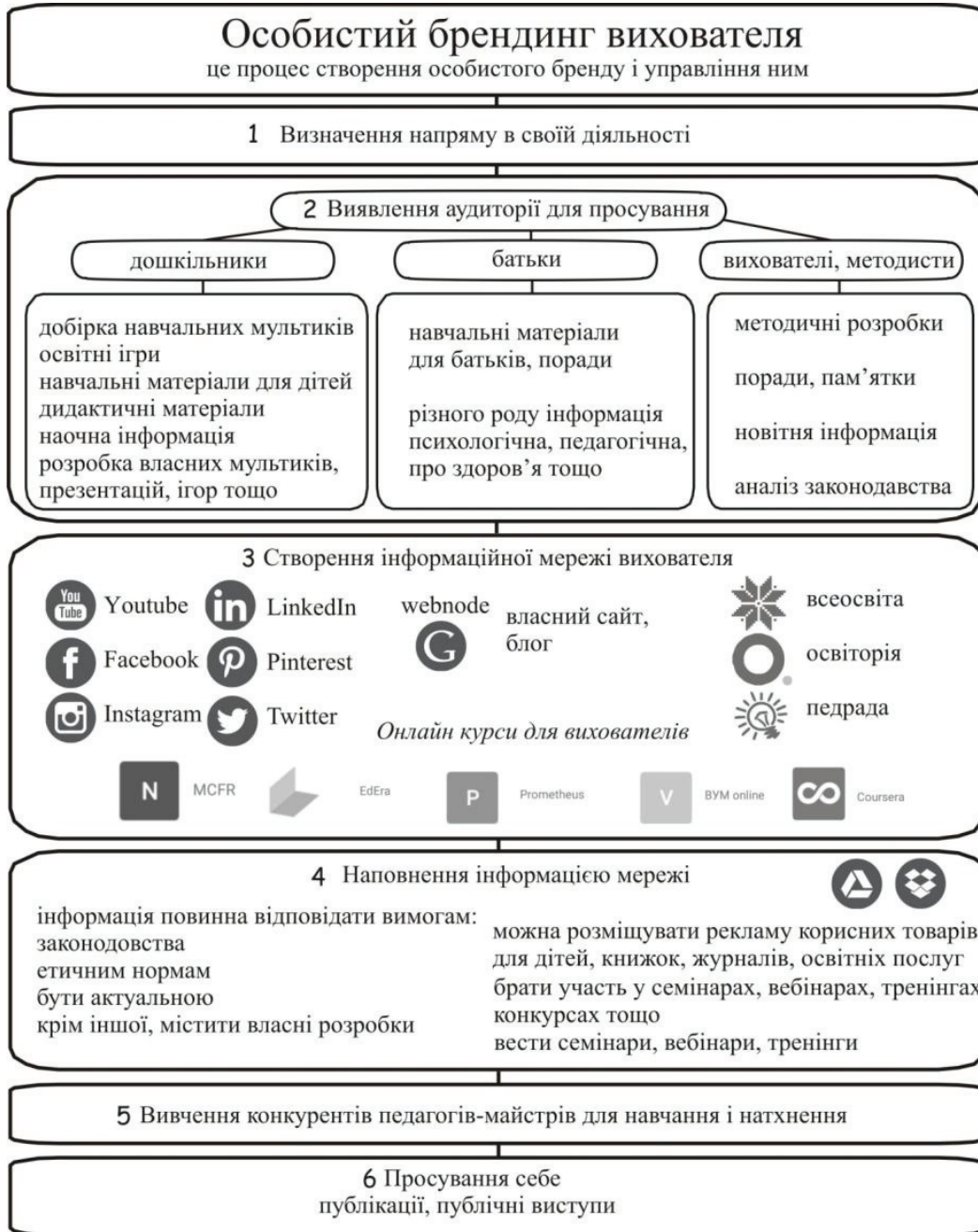


Рис. 7. Етапи брендингу вихователя

Практичним втіленням здійсненого дослідження є створення власного сайту вихователя ДНЗ 10 «Катруся» м. Івано-Франківська Галини Лукачович (<https://halynalukachovych.webnode.com.ua/?fbclid=IwAR2LJh4oybPeUr0oQNt21m2ptOPd8P8i06-CjA4Alus9L0PRvCv8nTcnQks>)

**Висновки.** Підсумовуючи означене зауважимо, що брендинг вихователя закладу дошкільної освіти можна вважати інноваційною технологією, яка сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вихователя закладу дошкільної освіти та соціального статусу педагогічної праці, іміджевою складовою його професійного становлення і, певною мірою, фахового зростання активного, діяльного агента змін сучасної освіти. Перспективним вважаємо аналіз питання брендингу педагога у контексті монетизації освітніх послуг та організації приватного закладу дошкільної освіти.

## References

1. Аакер Д., Кумар В., Дэй Дж. Маркетинговые исследования. 7-е изд. / пер. с англ.; под ред. С. Божук. СПб. : Питер, 2004. 848 с.  
Aaker, D. & Kumar, V., & Dei, Dzh. (2004). Marketingovyue issledovaniya [Marketing and innovation management]. St. Petersburg, Russia: Pyter.
2. Бізнес-адміністрування: магістерський курс: підручник / за заг. ред. Л.Г. Мельника, С.М. Ілляшенка, І.М. Сотник. Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. 896 с.  
Melnyk, L.H., Illiashenko, S.M., Sotnyk, I.M. (Ed.). (2008). Biznes-administruvannia: mahisterskyi kurs [Business Administration: Master's Course]. Sumy, Ukraine : VTD Universytetska knyha.
3. Біловодська О. А., Пузікова М. В. Аналіз і оцінка персонального брендингу в умовах підвищення професійного успіху особистості. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 4. С. 67-74. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi\\_2011\\_4\(1\)\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2011_4(1)_10)  
Bilovodska, O.A., Puzikova, M.V. (2011). Analiz i otsinka personalnoho brendynhu v umovakh pidvyshchennia profesiinoho uspiokhu osobystosti [Analysis and evaluation of personal branding in terms of improving the professional success of the individual]. *Marketyng i menedzhment innovatsii – Marketing and innovation management*, 4, 67-74.
4. Біловодська О. А., Пузікова М. В. Персональний брендинг 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)*. Суми : СумДУ, 2011. Ч. 4. С. 223-224.  
Bilovodska, O.A., Puzikova, M.V. (2011). Personalnyi brendynh yak vazhlyvyi instrument uspishnoi profesiinoi diialnosti [Personal branding as an important tool for successful professional activity]. *Ekonomichni problemy staloho rozvytku: tezy dopovidei naukovo-tekhnichnoi konferentsii vykladachiv, spivrobitnykiv, aspirantiv i studentiv fakultetu ekonomiky ta menedzhmentu, prysviachenoi dniu nauky v Ukraini (Sumy, 18-22 kvitnia 2011 roku), Ch. 4 – Economic problems of sustainable development: abstracts of reports of the scientific and technical conference of teachers, staff, graduate students and students of the Faculty of Economics and Management, dedicated to the Day of Science in Ukraine (Sumy, April 18-22, 2011)*. Sumy, Ukraine : SSU.
5. Бренд у національній економіці України: монографія / Ред. Г. Я. Студінська. М-во екон. розвитку і торгівлі України, Держ. НДІ інформатизації та моделювання економіки. Київ : ДНДІМЕ, 2016. С. 317-343.  
Studinska, G.Ya. (Ed.). (2016). Brend u natsionalnii ekonomitsi Ukrainy [Brand in the national economy of Ukraine]. Kyiv, Ukraine : DNDIIME.
6. Зозульов О. В., Писаренко Н. Л. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів. Київ : Знання-Прес, 2004. 199 с.  
Zozulov, O. V., and Pysarenko, N. L. (2004). Rynkove pozytsionuvannia: z choho pochynaietsia stvorennia uspishnykh brendiv [Market positioning: where to start creating successful brands]. Kyiv, Ukraine : Znannia-Pres.
7. Келлер К. Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание оценка и управление марочным капиталом, 2-е издание. / Пер. с англ. М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. 704 с.  
Keller, K. L. (2005). Stratehycheskyi brend-menedzhment: sozdanye otsenka y upravlenye marochnym kapitalom [Strategic brand management: creating valuation and managing brand equity] Moscow, Russia : Yzdatelskyi dom «Vyliams».
8. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. Санкт-Петербург : Питер, 2006. 816 с.  
Kotler, F., Keller, K. Marketing menedzhment [Marketing management]. St. Petersburg, Russia : Pyter.
9. Лабудько С. П. Блог як засіб розвитку професійної компетентності вчителів. *Комп'ютер у школі та сім'ї*. 2013. № 6. С. 9-12.  
Labudko, S.P. (2013). Bloh yak zasib rozvytku profesiinoi kompetentnosti vchyteliv [Blog as a means of developing teachers' professional competence]. *Kompiuter u shkoli ta simyi – Computer at school and family*, 6, 9-12.
10. Кострубська А., Забурмеха Є. Персональний брендинг як мистецтво досягнення успіху. *Економіка. Управління. Інновації*. 2014. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2014\\_1\\_56](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_56)  
Kostrubska, A., Zaburmekha, E. (2014). Personalnyi brendynh yak mystetstvo dosiahnennia uspiokhu [Personal branding as the art of success]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii – Economy. Management. Innovations*, 1. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2014\\_1\\_56](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_56)
11. Курбан О. В. Бренд у системі сучасних соціальних комунікацій. *Інформаційне суспільство*. 2014. Вип. 19. С. 56-58.  
Kurban, O. V. (2014). Brend u systemi suchasnykh sotsialnykh komunikatsii [Brand in the system of modern social communications]. *Informatsiine suspilstvo – Information society*, 19, 56-58.

12. Медведкова Л. Особистий бренд вчителя початкових класів. URL: [https://osvita.ua/school/lessons\\_summary/administration/42355/](https://osvita.ua/school/lessons_summary/administration/42355/)  
Medvedkova, L. Osobystyi brendinh vchytelia pochatkovykh klasiv. Retrieved from [https://osvita.ua/school/lessons\\_summary/administration/42355/](https://osvita.ua/school/lessons_summary/administration/42355/)
13. Скоморовська І. Використання інноваційних технологій у професійній підготовці майбутніх вихователів ДНЗ. *Освітній простір України*, 2017. Вип. 11. С. 104-109. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/opu\\_2017\\_11\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/opu_2017_11_19)  
Skomorovska, I. (2017). Vykorystannia innovatsiinykh tekhnolohii u profesiinii pidhotovtsi maibutnikh vykhovateliv DNZ [The use of innovative technologies in the training of future educators PEI]. *Osvitnii prostir Ukrainy – Educational space of Ukraine*, 11, 104-109. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/opu\\_2017\\_11\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/opu_2017_11_19)
14. Скрипка Г. Персональний бренд вчителя: створення та просування Дистанційна академія teach-hub. URL: <http://courses.teach-hub.com/>  
Skrypka, H. (n.d.) Personalnyi brend vchytelia: stvorennia ta prosuvannia Dystantsiina akademiia teach-hub [Teacher's personal brand: creation and promotion of the Distance Academy teach-hub]. Retrieved from <http://courses.teach-hub.com/>

**Dzhus O.**

ORCID 0000-0001-9363-689X

*Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor,  
Head of the Department of Professional Education and Innovative Technologies,  
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,  
(Ivano-Frankivsk, Ukraine) E-mail: oksana.dzhus@pnu.edu.ua*

**Lukachovych G.**

ORCID 0000-0001-7960-2319

*Educator of preschool institution 10 «Katrusya»  
(Ivano-Frankivsk, Ukraine) E-mail: galana1314@ukr.net*

#### BRANDING OF PRESCHOOL EDUCATION EDUCATOR AS INNOVATIVE TECHNOLOGY

*The article analyzes the development of theoretical foundations and improvement of methodological provisions for the formation and use of the personal brand of the educator of preschool education, which are considered as a factor in increasing the competitiveness of teachers in modern conditions. The issue of creating a competitive educational environment by evolving the position of teachers from the status of civil servants who passively wait for the state to pay attention to their professional achievements to the position of an active subject in the market of educational services, able to manage their professional capital and find the most profitable areas. application. The analysis of the concept of «personal brand», branding technologies, systematized remote platforms for educators, analyzed Internet resources for branding, developed recommendations for creating a personal brand of a preschool educator.*

**The purpose of the study** is to analyze the branding of the educator of preschool education as an innovative technology, to consider the possibility of using personal brands of educators as a factor in increasing their competitiveness and professional growth.

**Research methods:** search and bibliographic, analysis, synthesis, generalization, systematization, classification of the obtained facts and data, generalization and systematization of the revealed materials and data.

**Scientific novelty.** Disclosure of the essence of branding of an educator of a preschool institution as an innovative technology.

**Conclusions.** Branding of a preschool educator can be considered an innovative technology that will increase the competitiveness of a preschool educator and the social status of pedagogical work, the image component of his professional development and, to some extent, the professional growth of an active agent of change in modern education. We consider the analysis of the issue of teacher branding in the context of monetization of educational services and organization of a private preschool institution to be promising.

**Key words:** personal brand, branding, blog, website, self-education, innovative technologies.

Стаття надійшла до редакції 10 листопада 2020 р.

Рецензент: доктор педагогічних наук, професор **О. Б. Будник**