КАРПАТСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА

Інна ЧЕРВІНСЬКА

Назарій ПІНЧУК

PRO-ІМІДЖ

МЕНЕДЖЕРА ОСВІТИ



УДК 37.091.12

Червінська І.Б., Пінчук Н.Я. PRO-імідж менеджера освіти: навчально-методичний посібник для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти. Івано-Франківськ: НАІР, 2026. 60 с.

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри початкової освіти та освітніх інновацій Карпатського національного університету імені Василя Стефаника. (протокол №10 від 09.03.2026 р.)

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Романишин Р.Я., доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри початкової освіти та освітніх інновацій Карпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Прокопів Л.М., кандидат педагогічних наук, професор, завідувач кафедри педагогіки та освітнього менеджменту імені Богдана Ступарика Карпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Навчально-методичний посібник «PRO-імідж менеджера освіти» спрямований на формування у здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти цілісного уявлення про сутність, структуру та механізми формування професійного іміджу сучасного менеджера освіти в умовах трансформації освітнього середовища.

У виданні розкрито теоретико-методологічні основи іміджелогії в освіті, проаналізовано складові PRO-іміджу менеджера освіти, його функції та чинники формування. Окрему увагу приділено технологіям самопрезентації, цифровому іміджу, комунікативній культурі та стратегічному управлінню професійним образом керівника закладу освіти. Посібник містить практико-орієнтовані завдання, кейси та рекомендації щодо розвитку іміджевої компетентності майбутніх менеджерів освіти.

Для здобувачів вищої освіти, викладачів ЗВО, слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічного спрямування, для керівників закладів освіти та управлінців освітньої сфери та всіх, хто прагне самостійно вдосконалити свої знання з освітнього менеджменту.

ISBN-978-617-8768-27-0

© Карпатський національний університет
імені Василя Стефаника, 2026.
©Червінська І.Б., 2026.
© Пінчук Н.Я., 2026.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ PRO-ІМІДЖУ МЕНЕДЖЕРА ОСВІТИ

1.1. Анотація, мета та завдання освітньої компоненти 5

1.2. Інноваційні стратегії PRO-іміджу менеджера освіти 7

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

2.1. Методичні рекомендації до проведення практичних занять з освітньої компоненти «PRO-імідж менеджера освіти» 21

2.2. Форми та методи організації навчальної роботи та педагогічної взаємодії 22

2.3. Орієнтовна тематика та плани лекційних занять 25

2.4. Орієнтовна тематика та плани практичних занять 27

2.5. Методичні рекомендації та інформаційний супровід організації практичних занять 32

2.6. Методичні рекомендації та інформаційний супровід організації самостійної роботи 34

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ КЕЙСИ

3.1. Завдання для ситуативного моделювання 40

3.2. Оцінювання результатів навчання 50

ДОДАТКИ

Додаток А. Орієнтовні тестові завдання з ОК «PRO-імідж менеджера освіти» 52

Додаток Б. Анкети 54

ЛІТЕРАТУРА 58

ВСТУП

У сучасних умовах трансформації освітнього простору та зростання ролі управлінської діяльності особливого значення набуває формування професійного іміджу менеджера освіти як чинника ефективної взаємодії, лідерства та конкурентоспроможності. PRO-імідж виступає інтегративною характеристикою, що поєднує особистісні, комунікативні, ціннісні та цифрові аспекти професійної діяльності.

PRO-імідж менеджера освіти – це комплексне уявлення про професіонала в освітній сфері, що формується через поєднання його компетентностей, професійної поведінки, комунікативних навичок, зовнішнього вигляду та цифрової присутності, і спрямоване на створення позитивного враження у колег, студентів, керівництва та освітньої спільноти в цілому.

Інакше кажучи, PRO-імідж – це професійний образ, який відображає рівень експертності, етичні стандарти та управлінську культуру менеджера освіти і забезпечує його ефективну самопрезентацію та вплив у професійному середовищі.

В результаті розроблення методичного посібника обґрунтовано теоретичні та практичні засади формування PRO-іміджу менеджера освіти.

Визначено, що ефективність цього процесу забезпечується інтеграцією компетентнісного, діяльнісного та рефлексивного підходів, використанням інтерактивних методів навчання та орієнтацією на практичний досвід здобувачів освіти.

Запропонована система практичних занять, методів і форм навчання сприяє розвитку професійної комунікації, самопрезентації, цифрової компетентності та емоційного інтелекту, що забезпечує готовність майбутніх менеджерів освіти до ефективної управлінської діяльності.



АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Навчальна дисципліна «PRO-імідж менеджера освіти» спрямована на формування у здобувачів освіти цілісного уявлення про професійний імідж як інтегративну характеристику особистості сучасного управлінця в освітній сфері.

Зміст дисципліни охоплює теоретико-методологічні засади формування іміджу, його структурні компоненти (ціннісний, комунікативний, поведінковий, візуальний, цифровий), а також практичні інструменти його конструювання, розвитку та корекції в умовах освітніх трансформацій і цифровізації.

Особлива увага приділяється розвитку навичок самопрезентації, професійної комунікації, управління онлайн-репутацією, формуванню емоційного інтелекту та здатності до рефлексії. Дисципліна має практико-орієнтований характер і передбачає активне використання інтерактивних методів навчання, кейсів, проєктної діяльності та цифрових інструментів. Результатом її вивчення є сформованість у майбутніх менеджерів освіти здатності до свідомого формування власного PRO-іміджу як складника професійної компетентності та успішної управлінської діяльності.

Мета. Метою є формування у майбутніх менеджерів освіти здатності до цілеспрямованого конструювання, розвитку та корекції власного професійного іміджу на основі інтеграції ціннісних орієнтацій, комунікативних умінь, поведінкових стратегій і цифрової репрезентації, що забезпечує ефективну управлінську діяльність в умовах сучасних освітніх трансформацій.

Завдання навчальної дисципліни

Відповідно до поставленої мети визначено такі завдання:

Теоретичні:

- ✓ сформувати уявлення про сутність, структуру та функції професійного іміджу менеджера освіти;
- ✓ розкрити сучасні підходи до формування PRO-іміджу в умовах цифровізації та соціокультурних змін;
- ✓ ознайомити з етичними та ціннісними засадами професійної діяльності управлінця.

Практичні:

- ✓ сформувати навички самопрезентації та публічної комунікації;
- ✓ розвинути вміння аналізувати та оцінювати власний імідж;
- ✓ навчити використовувати інструменти формування цифрового іміджу та управління онлайн-репутацією;
- ✓ сформувати здатність до розроблення індивідуальної стратегії іміджевого розвитку.

Розвивальні:

- ✓ розвинути емоційний інтелект, рефлексивність і критичне мислення;
- ✓ сформувати навички ефективної міжособистісної взаємодії;
- ✓ сприяти розвитку лідерських якостей та управлінської культури.

Професійно-орієнтовані:

- ✓ підготувати до вирішення типових і кризових ситуацій у професійній діяльності;
- ✓ сформувати готовність до побудови позитивного іміджу закладу освіти;
- ✓ забезпечити здатність до професійної самореалізації та кар'єрного зростання.

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ PRO-ІМІДЖУ МЕНЕДЖЕРА ОСВІТИ

У сучасних умовах трансформації освітнього простору професійний імідж менеджера освіти набуває статусу важливого управлінського ресурсу, що безпосередньо впливає на ефективність функціонування закладу освіти, рівень довіри стейкхолдерів та конкурентоспроможність освітньої установи.

У наукових дослідженнях імідж керівника розглядається як інтегративне утворення, що поєднує особистісні якості, професійну поведінку, комунікативну культуру та управлінську діяльність (І. Червінська, Н. Пінчук, Я. Атаманюк).

PRO-імідж менеджера освіти - це цілісна, динамічна та керована система професійного образу керівника закладу освіти, що формується на основі інтеграції його особистісних якостей, управлінської компетентності, професійної поведінки, комунікативної культури та цифрової присутності, і спрямована на забезпечення ефективного лідерства, довіри стейкхолдерів та позитивної репутації в освітньому середовищі.

Іншими словами, PRO-імідж менеджера освіти – це свідомо сконструйований і постійно вдосконалюваний професійний образ керівника, який відображає його управлінську зрілість, ціннісні орієнтири та здатність впливати на розвиток освітньої організації.

Відповідно до цього, PRO-імідж менеджера освіти доцільно розглядати як динамічну систему професійних і особистісних характеристик, що формуються та трансформуються під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників. Його ефективне становлення забезпечується реалізацією комплексу взаємопов’язаних практичних стратегій.

Практичні стратегії PRO-іміджу менеджера освіти відображають систему цілеспрямованих дій, технологій і управлінських практик, спрямованих на формування, розвиток і підтримку професійно позитивного образу керівника закладу освіти. Їх сутність полягає не лише у зовнішньому «представленні себе», а у комплексному управлінні професійним образом, який включає:

- внутрішні цінності та управлінську позицію;
- стиль професійної комунікації;
- цифрову та публічну присутність;
- взаємодію з колективом і стейкхолдерами;
- безперервний професійний розвиток.

Таким чином, практичні стратегії забезпечують перехід від стихійного формування іміджу до керованого, науково обґрунтованого процесу його конструювання.

Практичні стратегії PRO-іміджу менеджера освіти – це система взаємопов’язаних цілеспрямованих управлінських, комунікативних, цифрових і професійно-розвивальних дій, що забезпечують свідоме формування, підтримку

та розвиток позитивного професійного образу керівника закладу освіти в умовах сучасного освітнього середовища.

Практичні стратегії PRO-іміджу можна розглядати як – інструмент керованого формування професійної репутації менеджера освіти через інтеграцію особистісних якостей, управлінської поведінки та публічної професійної діяльності в єдину іміджеву систему.

Практичні стратегії формування PRO-іміджу менеджера освіти

1. Стратегія професійної автентичності (ціннісно-особистісна)
2. Комунікативно-інтерактивна стратегія
3. Стратегія цифрового PRO-іміджу (Digital Leadership Image)
4. Стратегія особистого бренду (Personal Branding)
5. Стратегія організаційного іміджу закладу освіти
6. Стратегія емоційного інтелекту та лідерства впливу
7. Стратегія безперервного професійного розвитку (Lifelong PRO-image)

1. Стратегія професійної автентичності (ціннісно-особистісна)

Сутність стратегії полягає у формуванні цілісного внутрішнього іміджу керівника, який базується на узгодженості цінностей, управлінських дій та педагогічної позиції. За дослідженнями українських науковців професійний імідж менеджера освіти визначається як інтегральна єдність внутрішніх якостей і зовнішніх проявів особистості, що забезпечує ефективну взаємодію з освітнім середовищем .

Стратегія професійної автентичності є базовою у системі формування PRO-іміджу менеджера освіти, оскільки вона визначає внутрішню узгодженість особистості керівника, його управлінських дій та професійної позиції. Її сутність полягає у забезпеченні відповідності між особистісними цінностями, етичними принципами, професійними переконаннями та реальними практиками управлінської діяльності.

У науковому дискурсі *автентичність* розглядається як характеристика особистості, що відображає її здатність діяти відповідно до внутрішньо прийнятої системи цінностей, зберігаючи цілісність і послідовність поведінки в різних професійних ситуаціях. У контексті менеджменту освіти це означає, що керівник закладу освіти виступає не лише як адміністратор, а як носій певної управлінської культури, морально-етичних орієнтирів і педагогічної відповідальності.

Ціннісно-особистісний вимір цієї стратегії передбачає, що PRO-імідж менеджера освіти формується насамперед із внутрішніх детермінант, серед яких провідне місце займають професійна самосвідомість, рефлексивність, гуманістична спрямованість, відповідальність за результати освітньої діяльності та здатність до саморегуляції. Саме ці характеристики забезпечують сталість іміджу та його довіру з боку педагогічного колективу, здобувачів освіти й громадськості.

Реалізація стратегії професійної автентичності передбачає:

1. формування усвідомленої управлінської ідентичності менеджера освіти;
2. розвиток системи професійних і особистісних цінностей, орієнтованих на гуманістичну педагогіку та партнерську взаємодію;
3. забезпечення відповідності між декларованими принципами управління та фактичними управлінськими рішеннями;
4. розвиток рефлексивної культури як здатності до аналізу власної діяльності, поведінки та їх впливу на освітнє середовище;
5. підтримання стабільності професійної поведінки в умовах змін та управлінської невизначеності.

У контексті PRO-іміджу професійна автентичність виконує системотвірну функцію, оскільки саме вона забезпечує довіру до керівника як до лідера, формує його моральний авторитет і визначає якість взаємодії з усіма учасниками освітнього процесу. Відсутність автентичності призводить до розриву між зовнішнім іміджем та внутрішнім змістом професійної діяльності, що негативно впливає на репутацію менеджера освіти та ефективність управління.

Таким чином, стратегія професійної автентичності є фундаментальною умовою формування цілісного PRO-іміджу менеджера освіти, оскільки забезпечує гармонізацію особистісного та професійного вимірів його діяльності, створюючи основу для стабільного, довірливого та соціально значущого управлінського образу.

Практична реалізація передбачає формування особистісної управлінської філософії, розвиток етичного стилю керівництва.

Демонстрація послідовності «цінності → рішення → дія».

Дана стратегія передбачає формування внутрішньо узгодженого професійного образу керівника, який базується на гармонії між особистісними цінностями, управлінськими рішеннями та професійною поведінкою. У працях українських дослідників підкреслюється, що імідж менеджера освіти є відображенням його внутрішньої культури та системи цінностей (І. Червінська).

Практична реалізація стратегії включає формування індивідуальної управлінської філософії, дотримання етичних норм професійної діяльності, забезпечення послідовності між декларованими цінностями та управлінськими діями.

2. Комунікативно-інтерактивна стратегія

Передбачає побудову позитивного іміджу через ефективну професійну комунікацію з усіма учасниками освітнього процесу. У педагогічній іміджелогії наголошується, що імідж керівника формується через якість взаємодії, стиль спілкування та рівень відкритості до діалогу .

Комунікативно-інтерактивна стратегія у формуванні PRO-іміджу менеджера освіти (у контексті управлінських викликів).

Комунікативно-інтерактивна стратегія є ключовим напрямом формування PRO-іміджу менеджера освіти, оскільки імідж керівника безпосередньо конструюється у процесі професійної взаємодії. В умовах сучасного освітнього середовища, що характеризується високим рівнем відкритості, цифровізації та соціальної чутливості, комунікація виступає не лише засобом управління, а й основним каналом формування довіри, авторитету та репутації керівника закладу освіти.

Сутність цієї стратегії полягає у цілеспрямованій організації системи професійної взаємодії менеджера освіти з педагогічним колективом, здобувачами освіти, батьками, громадою та зовнішніми стейкхолдерами, що забезпечує формування позитивного емоційно-ціннісного сприйняття його управлінського образу. У межах PRO-іміджу комунікація розглядається як інструмент не лише передачі інформації, але й конструювання професійного авторитету через стиль спілкування, відкритість позиції та здатність до діалогу.

Актуальність цієї стратегії зумовлена низкою проблем, характерних для діяльності менеджера освіти. Передусім, це зростання комунікативного навантаження, необхідність одночасної взаємодії з різними цільовими аудиторіями, підвищені вимоги до прозорості управлінських рішень, а також наявність конфліктогенних ситуацій в освітньому середовищі. У цих умовах недостатній рівень комунікативної компетентності керівника може призводити до зниження довіри до закладу освіти, деформації іміджу та втрати управлінського авторитету.

Комунікативно-інтерактивна стратегія передбачає:

- формування діалогічного стилю управління, що ґрунтується на партнерстві та взаємоповазі;
- розвиток навичок активного слухання, емпатії та конструктивного зворотного зв’язку;
- застосування інтерактивних форм взаємодії (наради-дискусії, фасилітаційні сесії, колективне прийняття рішень);
- управління конфліктами через медіаційні та переговорні практики;
- забезпечення відкритості комунікації між усіма учасниками освітнього процесу.

Особливого значення набуває здатність менеджера освіти до емоційно грамотної комунікації, яка передбачає контроль власних емоційних реакцій, коректне вираження позиції та врахування емоційного стану співрозмовників. Саме цей аспект безпосередньо впливає на формування довіри до керівника як до лідера освітньої організації.

Таким чином, комунікативно-інтерактивна стратегія у структурі PRO-іміджу менеджера освіти виконує функцію соціально-психологічного регулятора управлінської діяльності, забезпечуючи формування позитивного іміджу через якість взаємодії, рівень комунікативної культури та здатність до ефективного

діалогічного лідерства. Вона є необхідною умовою подолання сучасних управлінських викликів та підвищення довіри до керівника освітньої установи.

Практичні інструменти:

- активне слухання та емпатійна комунікація;
- фасилітаційні методи управління колективом;
- регулярний зворотний зв'язок (feedback culture);
- відкриті управлінські зустрічі.

Ця стратегія ґрунтується на положенні, що імідж керівника формується насамперед у процесі професійної взаємодії з педагогічним колективом, учнями та батьками. Як зазначається у дослідженнях з педагогічної іміджелогії, якість комунікації є ключовим чинником формування позитивного професійного образу керівника [2].

Основними інструментами реалізації є:

- розвиток культури діалогічного спілкування;
- застосування фасилітативних методів управління;
- систематичний зворотний зв'язок;
- створення атмосфери довіри та відкритості в колективі.

3. Стратегія цифрового PRO-іміджу (Digital Leadership Image)

Сучасний менеджер освіти формує імідж також у цифровому середовищі, що включає соціальні мережі, освітні платформи та електронні сервіси.

У працях з іміджелогії підкреслюється, що імідж є частиною професійної культури та інструментом управлінської ефективності в умовах цифровізації освіти .

Стратегія цифрового PRO-іміджу менеджера освіти є сучасним напрямом формування професійного образу керівника, що зумовлений процесами цифрової трансформації освіти, розширенням інформаційного простору та зростанням ролі онлайн-комунікації в управлінській діяльності. У цих умовах імідж менеджера освіти набуває багатовимірного характеру, оскільки формується не лише в безпосередній взаємодії, а й у цифровому середовищі, яке виступає важливим каналом професійної репрезентації та впливу.

Сутність стратегії цифрового PRO-іміджу полягає у свідомому використанні цифрових технологій, онлайн-платформ та електронних комунікаційних інструментів для формування, підтримки та розвитку позитивного професійного образу керівника закладу освіти. Вона передбачає інтеграцію управлінської діяльності в цифровий простір, де кожна дія, комунікація та публічна активність менеджера освіти стають елементами його професійної репутації.

Актуальність цієї стратегії зумовлена низкою проблем сучасного освітнього менеджменту, зокрема необхідністю забезпечення прозорості управлінських процесів, швидкої комунікації зі стейкхолдерами, реагування на інформаційні виклики, а також формування довіри в умовах інформаційної

насиченості та високої конкуренції освітніх послуг. Водночас недостатній рівень цифрової компетентності керівника або фрагментарне використання цифрових інструментів може призводити до зниження ефективності управління та втрати позитивного іміджу закладу освіти.

Реалізація стратегії цифрового PRO-іміджу передбачає:

- формування професійної цифрової ідентичності менеджера освіти у соціальних мережах та професійних онлайн-платформах;
- систематичну презентацію управлінського досвіду, інновацій та досягнень закладу освіти в цифровому просторі;
- забезпечення інформаційної відкритості та прозорості управлінських рішень;
- використання освітніх цифрових платформ (LMS, електронні журнали, хмарні сервіси) для підвищення ефективності управління;
- розвиток навичок цифрової комунікації та медіаграмотності.

Особливого значення набуває формування цифрового лідерства менеджера освіти, яке передбачає здатність не лише використовувати цифрові технології, а й задавати стандарти цифрової культури в освітній організації. У цьому контексті цифровий PRO-імідж виступає інструментом управлінського впливу, що забезпечує підвищення довіри до керівника, зміцнення репутації закладу освіти та розширення його професійної присутності в освітньому середовищі.

Таким чином, стратегія цифрового PRO-іміджу є невід'ємною складовою сучасного управлінського портрета менеджера освіти, яка забезпечує його адаптацію до умов цифрового суспільства, підвищує ефективність комунікації та сприяє формуванню конкурентоспроможного професійного образу керівника освітнього закладу.

Стратегія цифрового PRO-іміджу менеджера освіти є сучасним напрямом формування професійного образу керівника, що зумовлений процесами цифрової трансформації освіти, розширенням інформаційного простору та зростанням ролі онлайн-комунікації в управлінській діяльності. У цих умовах імідж менеджера освіти набуває багатовимірного характеру, оскільки формується не лише в безпосередній взаємодії, а й у цифровому середовищі, яке виступає важливим каналом професійної репрезентації та впливу.

Практична реалізація:

- ведення професійного цифрового профілю в освітніх і соціальних мережах (LinkedIn, освітні платформи);
- публікація управлінських кейсів і практик (презентацію управлінського досвіду через цифрові платформи);
- цифрова прозорість діяльності закладу освіти (презентація управлінського досвіду через цифрові платформи);
- використання цифрових технологій управління освітнім процесом (LMS та AI-інструментів).

В умовах цифровізації освіти важливого значення набуває формування цифрового професійного іміджу менеджера освіти. Сучасні дослідження підкреслюють, що цифрова присутність керівника є складовою його професійної репутації та інструментом управлінського впливу.

4. Стратегія особистого бренду (Personal Branding)

Спрямована на формування впізнаваного управлінського бренду керівника освіти. У сучасній педагогічній теорії імідж розглядається як елемент професійного успіху та конкурентоспроможності фахівця-менеджера .

Стратегія особистого брендування менеджера освіти є важливим компонентом формування PRO-іміджу, що відображає процес цілеспрямованого конструювання, позиціонування та управління професійним образом керівника як у внутрішньому освітньому середовищі, так і в зовнішньому соціальному просторі. У сучасних умовах персональний бренд розглядається не лише як маркетинговий інструмент, а як система професійної ідентичності, що забезпечує впізнаваність, довіру та авторитет керівника освіти.

Сутність стратегії особистого бренду полягає у формуванні унікального професійного образу менеджера освіти, який ґрунтується на поєднанні його управлінської компетентності, ціннісних орієнтацій, стилю лідерства, комунікативної культури та публічної активності. У межах PRO-іміджу персональний бренд виконує функцію системоутворювального елементу, що інтегрує всі інші іміджеві компоненти в єдину цілісну професійну репрезентацію.

Актуальність цієї стратегії зумовлена зростанням конкуренції в освітній сфері, підвищенням вимог до публічності керівників закладів освіти, необхідністю формування довіри з боку громади та стейкхолдерів, а також потребою у професійній самопрезентації в умовах відкритого інформаційного суспільства. У таких умовах відсутність усвідомленої стратегії особистого брендування призводить до фрагментарності іміджу, зниження рівня впізнаваності керівника та послаблення його управлінського впливу.

Реалізація стратегії особистого бренду менеджера освіти передбачає:

- формування чіткої професійної позиції та управлінської ідентичності;
- розроблення індивідуального стилю лідерства та комунікації;
- системну публічну присутність у професійному та освітньому середовищі;
- участь у науково-практичних конференціях, освітніх форумах, експертних обговореннях;
- розвиток публікаційної активності та експертної репутації;
- цілеспрямоване управління цифровим слідом (digital footprint).

Важливим аспектом є узгодженість між внутрішнім професійним змістом діяльності керівника та його зовнішньою репрезентацією. Саме ця відповідність забезпечує автентичність персонального бренду та формує довіру до менеджера освіти як до професійного лідера.

Таким чином, стратегія особистого брендування виступає інструментом цілеспрямованого управління професійною репутацією менеджера освіти, що

забезпечує його впізнаваність, конкурентоспроможність і впливовість у сучасному освітньому просторі та є невід'ємною складовою PRO-іміджу керівника освітнього закладу.

Практичні дії:

- створення унікального управлінського стилю;
- участь у конференціях, публічних заходах;
- науково-публікаційна активність;
- формування експертної репутації.

Стратегія особистого бренду менеджера освіти

Формування особистого бренду є важливим напрямом розвитку PRO-іміджу, що забезпечує впізнаваність та професійну авторитетність керівника. У наукових джерелах імідж розглядається як складова професійної конкурентоспроможності фахівця освітньої сфери (Я. Атаманюк).

Реалізація стратегії передбачає:

- формування унікального управлінського стилю;
- активну участь у науково-практичних заходах;
- розвиток експертної діяльності;
- публікаційну активність у фахових виданнях

5. Стратегія організаційного іміджу закладу освіти

Імідж менеджера безпосередньо впливає на імідж освітньої установи, оскільки керівник виступає його «носієм і модератором».

Як зазначають дослідники, ефективність закладу освіти оцінюється через якість освітніх послуг і рівень довіри суспільства до установи .

Практичні інструменти:

- розвиток позитивного корпоративного клімату;
- іміджева стратегія закладу (PR, комунікаційна політика);
- партнерство з громадою та стейкхолдерами;
- участь у рейтингах і освітніх проєктах.

Стратегія організаційного іміджу закладу освіти

Імідж менеджера освіти тісно пов'язаний з іміджем освітньої установи, яку він очолює. У наукових працях підкреслюється, що керівник виступає ключовим суб'єктом формування позитивного образу закладу освіти в суспільстві (І. Червінська).

Бренд і брендування (у контексті PRO-іміджу менеджера освіти)

Бренд у загальнонауковому та управлінському розумінні – це стійкий, цілісно сформований образ об'єкта (особистості, організації чи інституції) у свідомості цільових аудиторій, який ґрунтується на сукупності реальних характеристик, досвіду взаємодії, емоційних асоціацій та ціннісних уявлень. У контексті менеджера освіти бренд відображає його професійну репутацію, управлінський стиль, рівень довіри, експертність і соціальне визнання як керівника освітньої установи.

Інакше кажучи, бренд менеджера освіти — це не лише зовнішній образ, а інтегрована система уявлень про його професійну компетентність, лідерські якості, комунікативну культуру та ціннісні орієнтири, яка закріплюється в освітньому середовищі та суспільстві.

Брендування (бренд-формування, personal branding) – це цілеспрямований, системний і керований процес створення, розвитку та підтримки бренду, що включає формування його змісту, управління сприйняттям цільових аудиторій і закріплення позитивного професійного образу в довгостроковій перспективі.

У сфері освітнього менеджменту брендування менеджера освіти означає комплекс управлінських, комунікативних, цифрових та іміджевих дій, спрямованих на формування впізнаваного професійного образу керівника, який характеризується довірою, авторитетністю та конкурентоспроможністю.

У системі PRO-іміджу менеджера освіти:

бренд – це результат (сформований професійний образ у свідомості аудиторії);

брендування – це процес (цілеспрямоване управління формуванням цього образу).

Таким чином, брендування виступає технологією конструювання та підтримки професійного бренду керівника освіти, а сам бренд є узагальненим відображенням його PRO-іміджу в соціальному та професійному середовищі.

Практичні напрями реалізації:

- розвиток позитивного корпоративного середовища;
- формування іміджевої політики закладу освіти;
- співпраця зі стейкхолдерами та громадою;
- участь у рейтингових та інноваційних освітніх проєктах.

6. Стратегія емоційного інтелекту та лідерства впливу

Полягає у розвитку здатності керівника керувати емоційними процесами в колективі та формувати довіру.

У сучасних дослідженнях імідж розглядається як психологічний феномен, що формується через взаємодію, мотивацію та емоційний вплив керівника .

- **Практичні дії:**
- розвиток емоційної саморегуляції;
- підтримка позитивного психологічного клімату;
- управління конфліктами через медіацію;
- формування довірливого лідерства.

Сучасний менеджер освіти повинен володіти високим рівнем емоційного інтелекту, що забезпечує ефективне управління людськими ресурсами та формування довіри в колективі. У наукових дослідженнях імідж керівника розглядається як психологічно детерміноване явище, що формується через емоційну взаємодію (Н. Пінчук).

Реалізація стратегії включає:
розвиток емоційної саморегуляції;
формування довірливих відносин у колективі;
конструктивне вирішення конфліктних ситуацій;
застосування лідерства впливу.

7. Стратегія безперервного професійного розвитку (Lifelong PRO-image)

Імідж менеджера освіти є динамічним і потребує постійного оновлення.

Практичні механізми:

- участь у тренінгах та програмах підвищення кваліфікації;
- рефлексія управлінської діяльності;
- впровадження інновацій в управління;
- самодіагностика іміджевих компетентностей.

Практичні стратегії PRO-іміджу менеджера освіти формують систему багаторівневого впливу, що охоплює особистісний, комунікативний, цифровий та організаційний виміри. Їх комплексне застосування забезпечує становлення сучасного конкурентоспроможного керівника освіти як носія позитивного іміджу та агента освітніх змін

PRO-імідж є динамічною категорією, що потребує постійного оновлення через професійний розвиток менеджера освіти. У сучасній педагогічній науці підкреслюється необхідність безперервного навчання як умови підтримання конкурентоспроможного іміджу керівника.

Основні механізми реалізації:

- участь у програмах підвищення кваліфікації;
- професійна рефлексія управлінської діяльності;
- впровадження інноваційних управлінських практик;
- самодіагностика іміджевих компетентностей.

Отже, практичні стратегії формування PRO-іміджу менеджера освіти становлять цілісну багаторівневу систему, що охоплює особистісний, комунікативний, цифровий, організаційний та професійно-розвивальний виміри. Їх комплексна реалізація забезпечує формування сучасного керівника освіти як носія позитивного професійного іміджу, ефективного лідера та агента змін в освітньому середовищі.

АВТОРСЬКА МОДЕЛЬ PRO-ІМІДЖУ ПЕДАГОГА/МЕНЕДЖЕРА ОСВІТИ

PRO-імідж (Professional Reflective Organized Image) – це цілісна динамічна система професійного образу фахівця освіти, що формується у процесі інтеграції компетентностей, рефлексії, професійної діяльності, технологічного конструювання та взаємодії із середовищем.

Структура моделі PRO-іміджу

P – Professional competence (професійно-компетентнісний компонент)/

Відображає рівень сформованості професійних компетентностей, які проявляються у реальній діяльності фахівця.

Імідж = результат професійної ефективності та майстерності.

R – Reflective development (рефлексивно-розвивальний компонент)/

Полягає у здатності фахівця до самоаналізу, самокорекції та професійного саморозвитку.

Імідж формується через усвідомлення власних дій і постійне вдосконалення.

O – Organizational-systemic interaction (організаційно-системний компонент)

Охоплює включеність особистості в професійну систему та взаємодію з освітнім середовищем.

Імідж є результатом системних зв’язків: «особистість – організація – суспільство».

Додаткові інтегративні виміри моделі

I – Integration (інтеграційний вимір)

Забезпечує поєднання особистісних, емоційних, когнітивних і соціальних характеристик у цілісний професійний образ.

Імідж = синтез внутрішнього потенціалу та зовнішнього прояву.

T – Technological design (технологічний вимір)

Відображає керованість процесу формування іміджу через педагогічні, комунікаційні та цифрові технології.

Імідж може бути спроєктований, сформований і стратегічно розвинений.

E – Environmental influence (середовищний вимір)

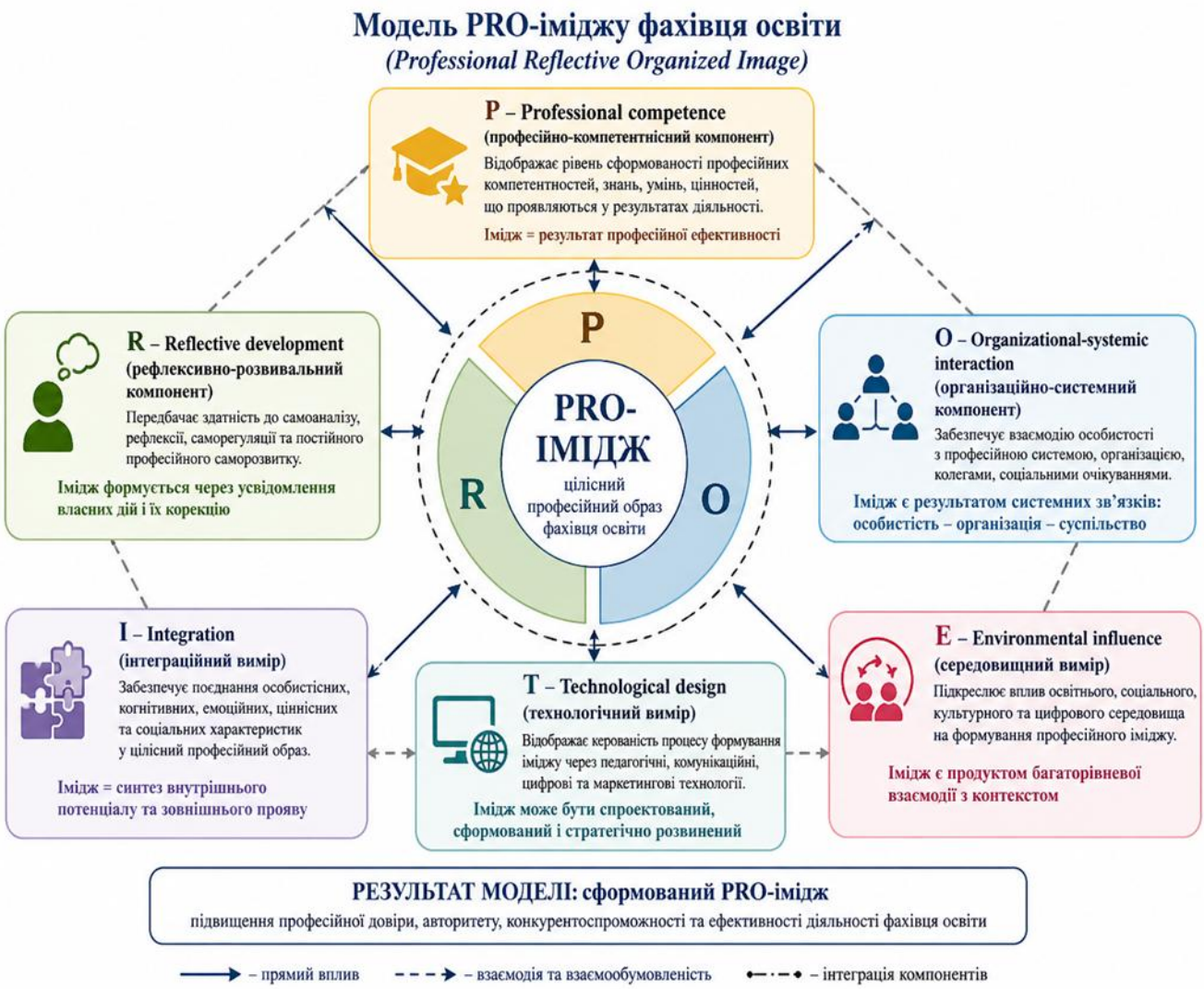
Підкреслює роль освітнього, соціального та цифрового середовища у формуванні іміджу.

Імідж є продуктом багаторівневої взаємодії з контекстом.

Сутність моделі PRO-іміджу. PRO-імідж є відкритою багатовимірною моделлю професійного образу, у якій: компетентність визначає зміст іміджу, рефлексія забезпечує його динаміку, система визначає його структуру, інтеграція формує цілісність, технології забезпечують керованість, середовище визначає умови розвитку.

Формула моделі:

PRO-імідж = P (компетентність) + R (рефлексія) + O (система) + I (інтеграція) + T (технології) + E (середовище)/



Представлена на рисунку авторська модель PRO-іміджу (Professional Reflective Organized Image) відображає цілісну структурно-функціональну організацію професійного іміджу фахівця освіти як багатовимірного та динамічного феномену. У центрі моделі розміщено інтегративне ядро «PRO-імідж», яке репрезентує цілісний професійний образ особистості, що формується у процесі взаємодії внутрішніх характеристик і зовнішніх умов професійної діяльності.

Структура моделі включає шість взаємопов'язаних компонентів, які відображають основні методологічні підходи до розуміння професійного іміджу.

P (Professional competence) визначає професійно-компетентнісний компонент, який відображає рівень сформованості професійних знань, умінь, навичок і ціннісних орієнтацій. Саме цей компонент забезпечує результативність професійної діяльності та виступає базовою основою формування іміджу як зовнішнього прояву професійної ефективності.

R (Reflective development) репрезентує рефлексивно-розвивальний компонент, що забезпечує здатність фахівця до самоаналізу, саморегуляції та безперервного професійного розвитку. Він визначає динамічний характер іміджу, який постійно коригується на основі усвідомлення власного досвіду.

O (Organizational-systemic interaction) відображає організаційно-системний компонент, що підкреслює включеність особистості у професійну систему, соціальне та організаційне середовище. Цей компонент забезпечує взаємодію між індивідом, колективом і освітньою системою, формуючи соціально зумовлений характер іміджу.

I (Integration) визначає інтеграційний вимір, який забезпечує поєднання когнітивних, емоційних, поведінкових та ціннісних характеристик у цілісний професійний образ. Завдяки цьому компоненту імідж набуває внутрішньої узгодженості та гармонійності.

T (Technological design) репрезентує технологічний компонент, що відображає можливість цілеспрямованого проєктування та управління іміджем через педагогічні, комунікаційні та цифрові технології. Це забезпечує керованість процесу його формування.

E (Environmental influence) характеризує середовищний компонент, який підкреслює вплив соціального, освітнього та цифрового середовища на формування професійного іміджу. Він визначає зовнішні умови та контекст його розвитку.

Взаємозв’язки між компонентами моделі мають інтегративний і взаємозумовлений характер, що свідчить про нелінійність процесу формування професійного іміджу. Центральне ядро моделі поєднує всі складові в єдину систему, забезпечуючи їх синергетичну взаємодію.

Таким чином, PRO-імідж постає як відкрита, багаторівнева та динамічна система професійного образу фахівця освіти, що формується під впливом внутрішніх ресурсів особистості та зовнішніх соціально-освітніх умов.

БЛОК 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ

Мета: надати фундаментальні знання для формування позитивного професійного іміджу.

Орієнтовна тематика занять:

1. Поняття та сутність професійного іміджу – історія, визначення, значення для менеджера освіти.
2. Моделі та структури іміджу – психолого-педагогічні та соціальні аспекти, елементи іміджу (зовнішній вигляд, поведінка, комунікація, цифрова присутність).
3. Фактори формування позитивного іміджу – мотиваційно-ціннісні, культурні, комунікативні та професійні чинники.
4. Теоретичні підходи до розвитку компетентностей менеджера освіти – soft skills, leadership, управлінська культура.
5. Аналітика та самооцінка іміджу – методи оцінки сильних і слабких сторін власного професійного образу.

БЛОК 2. ПРАКТИЧНИЙ

Мета: забезпечити конкретні інструменти та вправи для застосування знань на практиці.

Орієнтовна тематика занять:

1. Практичні вправи з самопрезентації – створення elevator pitch, презентація власних досягнень.
2. Розвиток комунікаційних навичок – тренінги з ефективного спілкування, ведення переговорів, публічних виступів.
3. Формування цифрового іміджу – LinkedIn, професійні профілі, участь у вебінарах та онлайн-спільнотах.
4. Кейси та рольові ігри – моделювання складних управлінських ситуацій, робота з конфліктами.
5. План професійного розвитку – індивідуальні дорожні карти, контроль досягнень, зворотний зв’язок від менторів.

Опис компонентів PRO-іміджу:

Професійна компетентність

Знання сучасних освітніх методик, управлінських стратегій та законодавчих норм.

Уміння приймати стратегічні рішення та організовувати навчальний процес.

Комунікаційна культура

Ефективне спілкування з колегами, студентами, батьками та партнерами.

Володіння навичками публічних виступів, презентацій і ведення переговорів.

Цифровий імідж

Професійна присутність у соціальних мережах і спеціалізованих платформах (LinkedIn, освітні портали).

Ведення блогу, участь у вебінарах, публікації в наукових і професійних виданнях.

Зовнішній вигляд та невербальна поведінка

Охайний, сучасний, відповідний професійному контексту стиль.

Мова тіла, жести, манера спілкування, що формують довіру та авторитет.

Мотиваційно-ціннісна сфера

Внутрішня готовність до розвитку, самовдосконалення та лідерства.

Дотримання етичних та професійних стандартів, орієнтація на командну роботу.

Соціально-професійне позиціонування

Визнання в освітній спільноті, участь у професійних асоціаціях, мережах та проєктах.

Вміння формувати репутацію через позитивні результати та досягнення.

Практичні стратегії

1. Розвиток професійної компетентності

Стратегії навчання: регулярне підвищення кваліфікації, участь у курсах, тренінгах, конференціях.

Проєктна діяльність: участь у освітніх проєктах, організація навчальних програм, кейсів та воркшопів.

Аналітика: самостійний аналіз нових методик, впровадження інновацій у навчальний процес.

2. Формування комунікаційної культури

Тренінги комунікацій: рольові ігри, публічні виступи, моделювання складних управлінських ситуацій.

Менторство та коучинг: робота з досвідченими керівниками для відпрацювання стилю спілкування.

Зворотний зв’язок: регулярне отримання оцінки від колег і студентів щодо комунікаційного стилю.

3. Побудова цифрового іміджу

Професійні профілі: створення та підтримка LinkedIn, освітніх платформ, персональних блогів.

Онлайн-виступи та публікації: участь у вебінарах, конференціях, написання статей для фахових видань.

Контент-план: регулярне створення матеріалів, що демонструють експертність і досягнення.

4. Зовнішній вигляд та невербальна поведінка

Стиль і дрес-код: вибір професійного та сучасного стилю, відповідного освітньому середовищу.

Невербальні навички: тренування мови тіла, жестикуляції, манери подачі інформації.

Самопрезентація: відпрацювання презентаційних навичок, «elevator pitch» для різних аудиторій.

5. Мотиваційно-ціннісний розвиток

Саморефлексія: ведення щоденника професійного розвитку, аналіз власних цінностей і цілей.

Постановка цілей: створення особистого плану розвитку компетентностей і лідерських навичок.

Підтримка балансу: розвиток емоційного інтелекту, навичок стрес-менеджменту та саморегуляції.

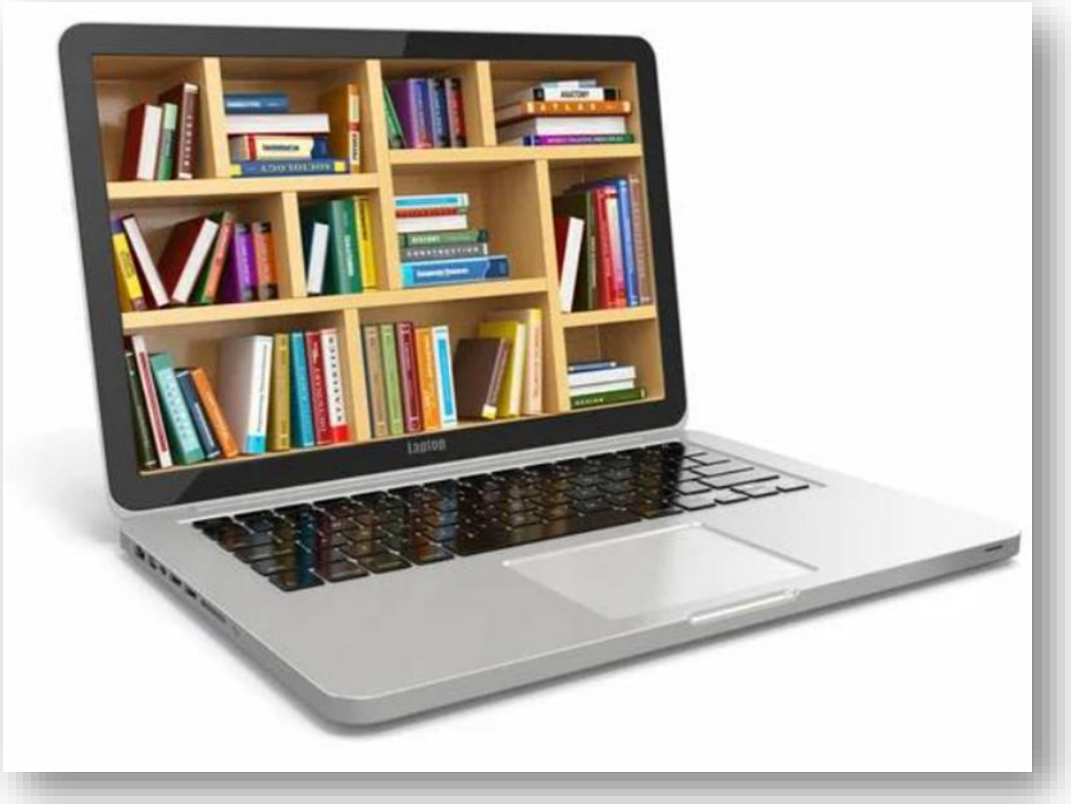
6. Соціально-професійне позиціонування

Нетворкінг: участь у професійних асоціаціях, форумах, освітніх клубах.

Репутаційні кейси: публікація результатів успішних проєктів, рекомендацій, досягнень.

Волонтерство та соціальні ініціативи: активна участь у розвитку освіти на локальному та національному рівнях.

Як результат, описані стратегії допомагають майбутньому менеджеру освіти створити цілісний PRO-імідж, який поєднує експертність, авторитет, комунікаційні та цифрові навички, а також етичні та соціальні цінності.



Компонент PRO-іміджу	Практичні стратегії	Очікуваний результат / ефект
1. Професійна компетентність	Підвищення кваліфікації через курси та тренінги Участь у освітніх проєктах та кейсах Самостійний аналіз сучасних методик та їх впровадження	Глибокі теоретичні та практичні знання Здатність ефективно організовувати освітній процес Авторитет у професійній спільноті
2. Комунікаційна культура	Рольові ігри та тренінги з публічних виступів Менторство та коучинг Регулярний зворотний зв'язок від колег і студентів	Впевнена та ефективна комунікація Вміння переконливо доносити ідеї Формування довіри та позитивного іміджу серед колег і студентів
3. Цифровий імідж	Створення і підтримка професійних профілів (LinkedIn, освітні платформи) Участь у вебінарах, публікації у фахових виданнях Ведення блогу або контент-плану для демонстрації експертності	Професійна видимість у цифровому середовищі Розширення мережі контактів та впливу Підвищення репутації експерта
4. Зовнішній вигляд та невербальна поведінка	Вибір професійного та сучасного дрес-коду Тренування мови тіла, жестикуляції, манери подачі інформації Відпрацювання самопрезентації та «elevator pitch»	Впевнена, приваблива та авторитетна зовнішня поведінка Формування позитивного першого враження Підвищення рівня довіри до особистості
5. Мотиваційно-ціннісний розвиток	Саморефлексія та ведення щоденника професійного розвитку Постановка індивідуальних цілей розвитку компетентностей Розвиток емоційного інтелекту та навичок саморегуляції	Усвідомленість власних цінностей і цілей Професійне та особистісне зростання Здатність ефективно працювати в стресових ситуаціях
6. Соціально-професійне позиціонування	Участь у професійних асоціаціях та освітніх форумах Публікація результатів успішних проєктів, рекомендацій та досягнень Волонтерство та участь у соціальних ініціативах	Визнання та авторитет у професійній спільноті Розширення мережі професійних контактів Формування репутації активного і відповідального управлінця освіти

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ПРАКТИЧНІ МОДУЛІ

Методичні рекомендації до проведення практичних занять з ОК «PRO-імідж менеджера освіти»

Практичні заняття з курсу «PRO-імідж менеджера освіти» спрямовані на формування у здобувачів освіти цілісного уявлення про професійний імідж як інтегративну характеристику особистості майбутнього менеджера освіти, що поєднує ціннісні орієнтації, комунікативні вміння, поведінкові стратегії та цифрову репрезентацію у професійному середовищі.

Організація практичних занять ґрунтується на поєднанні компетентнісного, діяльнісного, рефлексивного та особистісно орієнтованого підходів, що забезпечує не лише засвоєння теоретичних положень, а й їх трансформацію у практичний досвід професійної діяльності. Особлива увага приділяється створенню умов для активної взаємодії здобувачів освіти, розвитку їхнього критичного мислення, здатності до самопрезентації, самоаналізу та професійної рефлексії.

Практичні заняття доцільно будувати за структурованою моделлю, що передбачає: мотиваційно-цільовий етап (актуалізація теми, визначення очікуваних результатів), операційно-діяльнісний етап (виконання практичних завдань, робота з кейсами, участь у рольових іграх, моделювання професійних ситуацій) та рефлексивно-оцінювальний етап (аналіз отриманого досвіду, самооцінювання, групове обговорення).

Зміст практичних занять має бути орієнтований на вирішення типових і проблемних ситуацій управлінської діяльності в освіті, що сприяє формуванню готовності майбутніх менеджерів до ефективної професійної взаємодії. Доцільним є використання кейс-методу, методу проєктів, ділових та рольових ігор, дискусій, тренінгових вправ, що дозволяють моделювати реальні управлінські контексти та відпрацьовувати алгоритми професійної поведінки.

Важливим компонентом практичних занять є розвиток рефлексивних умінь здобувачів освіти. У цьому контексті рекомендується застосовувати інструменти самооцінювання (анкети, чек-листи, рефлексивні щоденники), які сприяють усвідомленню власного іміджевого потенціалу, виявленню зон професійного зростання та формуванню індивідуальної траєкторії розвитку.

З метою підвищення ефективності навчального процесу доцільно інтегрувати цифрові інструменти, що забезпечують візуалізацію, комунікацію та спільну діяльність (онлайн-дошки, сервіси для створення презентацій, платформи для професійного нетворкінгу).

Формування цифрового іміджу менеджера освіти передбачає не лише опанування відповідних технологій, але й розвиток цифрової етики, критичного ставлення до інформації та відповідального управління власною онлайн-репутацією.

Оцінювання результатів практичної діяльності здобувачів освіти доцільно здійснювати на засадах формувального підходу, що передбачає надання системного зворотного зв'язку, залучення до самооцінювання та взаємооцінювання, а також накопичення індивідуального портфоліо, яке відображає динаміку формування професійного іміджу.

Таким чином, практичні заняття з курсу «PRO-імідж менеджера освіти» виступають важливим інструментом професійної підготовки майбутніх управлінців, сприяючи формуванню їхньої готовності до ефективної самопрезентації, побудови позитивного професійного образу та успішної реалізації в умовах сучасних освітніх трансформацій.

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОЇ РОБОТИ ТА ПЕДАГОГІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Ефективність формування PRO-іміджу майбутнього менеджера освіти значною мірою залежить від доцільного добору форм і методів організації навчальної діяльності, а також характеру педагогічної взаємодії між викладачем і здобувачами освіти. У цьому контексті пріоритетного значення набувають інтерактивні, діалогічні та практико-орієнтовані форми навчання, що забезпечують активне залучення здобувачів освіти до процесу конструювання власного професійного досвіду.

До основних форм організації навчальної роботи на практичних заняттях належать *індивідуальна, парна, групова та колективна діяльність*.

Індивідуальна форма передбачає виконання завдань, спрямованих на самоаналіз, рефлексію та розроблення індивідуальної стратегії формування іміджу.

Парна та групова робота сприяє розвитку комунікативних умінь, навичок співпраці, аргументації та прийняття спільних рішень. Колективні форми (дискусії, обговорення, публічні презентації) забезпечують формування навичок публічної самопрезентації та критичного осмислення різних позицій.

Методичний інструментарій практичних занять доцільно формувати на основі поєднання традиційних і інноваційних методів навчання. Зокрема, ефективними є:

- **кейс-метод**, який передбачає аналіз реальних або змодельованих управлінських ситуацій, що сприяє розвитку аналітичного мислення та здатності до прийняття рішень в умовах невизначеності;
- **метод рольових і ділових ігор**, що дозволяє моделювати професійну діяльність менеджера освіти, відпрацьовувати поведінкові стратегії та формувати навички ефективної комунікації;

- **метод проєктів,** орієнтований на створення конкретного продукту (портфоліо, стратегія іміджу, цифровий профіль), що забезпечує інтеграцію знань і практичних умінь;
- **дискусійні методи (дебати, круглі столи),** які стимулюють розвиток критичного мислення, аргументації та толерантності до різних точок зору;
- **тренінгові методи,** спрямовані на розвиток емоційного інтелекту, навичок самопрезентації, саморегуляції та ефективної міжособистісної взаємодії.

Особливе значення має організація педагогічної взаємодії, яка має будуватися на засадах партнерства, довіри та суб'єкт-суб'єктних відносин. Викладач у цьому процесі виконує роль фасилітатора, модератора та наставника, який не лише транслює знання, а й організовує навчальне середовище, стимулює активність здобувачів освіти, підтримує їхню ініціативу та сприяє розвитку рефлексивних умінь.

Взаємодія між учасниками освітнього процесу передбачає постійний зворотний зв'язок, який реалізується через обговорення результатів діяльності, взаємооцінювання, самооцінювання та рефлексію. Доцільним є використання таких форм, як рефлексивні кола, обговорення у форматі «peer-to-peer», індивідуальні консультації, що сприяють глибшому усвідомленню власного професійного розвитку.

Інтеграція цифрових технологій розширює можливості організації взаємодії, забезпечуючи як синхронну, так і асинхронну комунікацію. Використання онлайн-платформ, інтерактивних дошок, сервісів для спільної роботи дозволяє активізувати навчальну діяльність, підвищити рівень залученості здобувачів освіти та сприяти формуванню їхнього цифрового іміджу.

Таким чином, оптимальне поєднання різних форм і методів організації навчальної діяльності, а також побудова ефективної педагогічної взаємодії створюють умови для формування у майбутніх менеджерів освіти здатності до свідомого конструювання власного PRO-іміджу, професійної самореалізації та успішної управлінської діяльності.

КОМПЕТЕНТНОСТІ

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК1 – здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу
ЗК2 – здатність до саморозвитку та безперервного навчання
ЗК3 – здатність до ефективної професійної комунікації
ЗК4 – здатність працювати в команді та здійснювати лідерство
ЗК5 – здатність діяти на засадах етики та соціальної відповідальності
ЗК6 – здатність використовувати цифрові технології
ЗК7 – здатність до критичного мислення та прийняття рішень

Фахові компетентності (ФК)

ФК1 – здатність формувати та розвивати професійний імідж менеджера освіти
ФК2 – здатність здійснювати ефективну професійну комунікацію
ФК3 – здатність до стратегічної самопрезентації
ФК4 – здатність аналізувати та коригувати професійний імідж
ФК5 – здатність формувати позитивний імідж закладу освіти
ФК6 – здатність використовувати цифрові ресурси для іміджування
ФК7 – здатність управляти комунікацією у конфліктах і кризах
ФК8 – здатність застосовувати емоційний інтелект
ФК9 – здатність проєктувати індивідуальну траєкторію розвитку іміджу

ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ (з прив'язкою)

ПРН1 – знати теоретичні засади іміджу (ЗК1, ФК1)
ПРН2 – застосовувати етичні принципи (ЗК5, ФК1)
ПРН3 – здійснювати ефективну комунікацію (ЗК3, ФК2)
ПРН4 – демонструвати самопрезентацію (ЗК3, ФК3)
ПРН5 – аналізувати власний імідж (ЗК7, ФК4)
ПРН6 – розробляти іміджеві стратегії (ЗК2, ФК9)
ПРН7 – використовувати цифрові інструменти (ЗК6, ФК6)
ПРН8 – працювати в команді (ЗК4, ФК2)
ПРН9 – вирішувати конфлікти (ЗК7, ФК7)
ПРН10 – застосовувати емоційний інтелект (ЗК2, ФК8)
ПРН11 – формувати імідж закладу освіти (ЗК5, ФК5)
ПРН12 – демонструвати здатність до саморозвитку (ЗК2, ФК9)

ОРІЄНТОВНА ТЕМАТИКА ТА ПЛАНИ ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ

Лекція 1. Сутність і структура PRO-іміджу менеджера освіти
План
1. Поняття іміджу в управлінській діяльності
2. PRO-імідж: сучасне трактування
3. Структура іміджу (візуальний, вербальний, цифровий, поведінковий)
4. Фактори формування іміджу в умовах освітніх трансформацій
5. Самоаналіз професійного іміджу

Лекція 2. Ціннісні та етичні основи професійного іміджу
План
1. Професійна етика менеджера освіти
2. Цінності як основа іміджу
3. Академічна доброчесність
4. Лідерство і довіра
5. Кейси етичних дилем

Лекція 3. Комунікативний компонент професійного іміджу менеджера освіти
План:
1. Вербальна і невербальна комунікація менеджера освіти
2. Публічні виступи
3. Конфліктологія та імідж
4. Емоційний інтелект у комунікації
5. Комунікація в кризових ситуаціях

Лекція 4. Цифровий імідж менеджера освіти
План:
1. Поняття цифрового іміджу менеджера освіти
2. Соціальні мережі як інструмент іміджування
3. Онлайн-репутація
4. Персональний бренд в освіті
5. Цифрова етика менеджера освіти у професійному середовищі

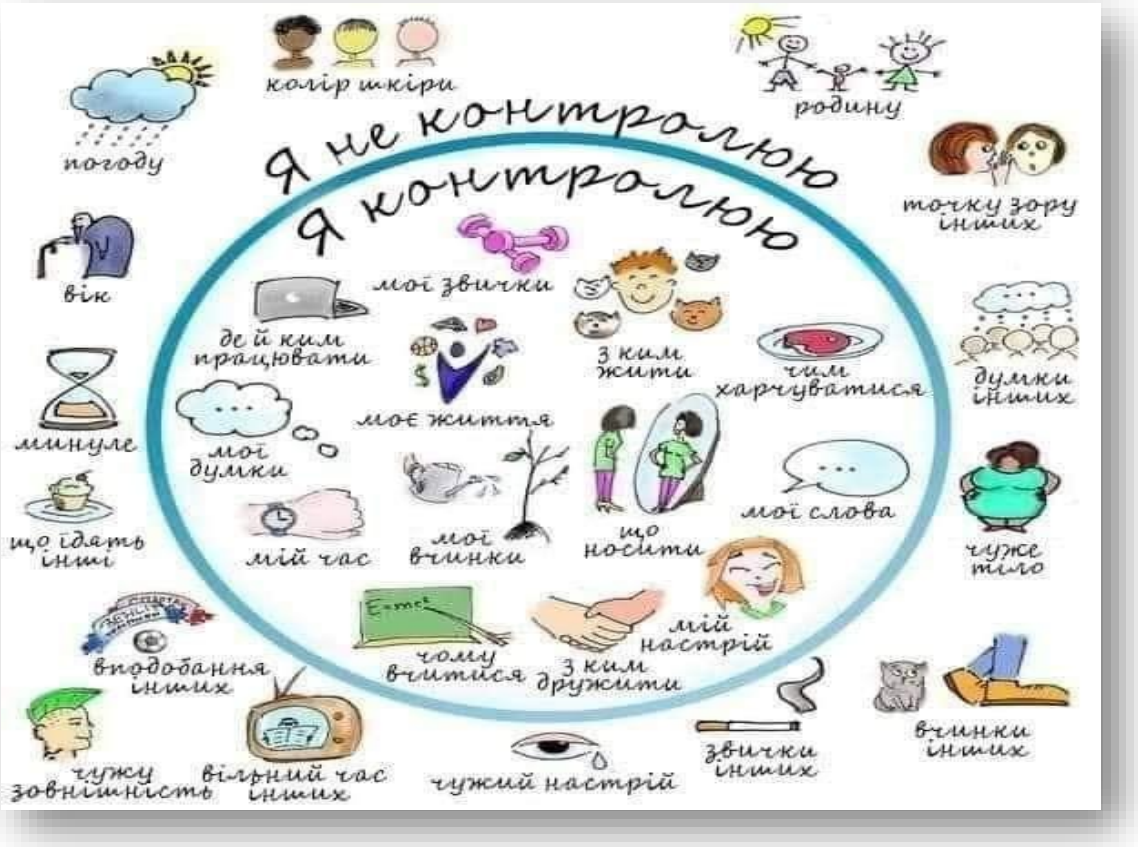
Лекція 5. Інструменти формування PRO-іміджу менеджера освіти
План:
1. Самопрезентація
2. Портфоліо менеджера освіти
3. Візуальний стиль менеджера освіти
4. Нетворкінг

5. Інноваційні цифрові ресурси

Лекція 6. Стратегії розвитку та корекції професійного іміджу

План:

1. Професійний імідж як процес фахового зростання
2. Рефлексія і самооцінка
3. Іміджеві ризики
4. Антикризові стратегії
5. Індивідуальна траєкторія розвитку менеджера освіти.



ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.

ТЕМА. Самодіагностика професійного іміджу

Мета: сформувати навички самоаналізу

Хід заняття:

Презентації, виступи, захист колективних проєктів

1. Відкриті (аналітичні) питання

Розкрийте сутність поняття «професійний імідж менеджера освіти» як інтегративної характеристики особистості. (ПРН1, ПРН2, ФК1)

Розкрийте суть та поясніть структуру іміджу менеджера освіти

Виконання тесту «Мій імідж»

SWOT-аналіз іміджу

Завдання:

Скласти власний імідж-профіль

Визначити 3 сильні та 3 слабкі сторони

Ситуація для аналізу:

Вас призначено керівником нового закладу – як зміниться ваш імідж?

Кейс-завдання (ситуаційне моделювання)

Кейс 1. «Кризова комунікація»

У соціальних мережах поширено негативну інформацію про заклад освіти, який ви очолюєте. Коментарі набирають популярності.

Завдання:

Проаналізуйте ситуацію.

Запропонуйте алгоритм дій.

Розробіть приклад офіційної відповіді (ПРН4, ПРН6, ПРН9, ФК3, ФК5)

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2.

ТЕМА. Цінності та імідж

Мета: усвідомлення ціннісної основи іміджу

Хід заняття:

Проаналізуйте взаємозв’язок між емоційним інтелектом і ефективністю управлінської діяльності. (ПРН3, ФК2)

Дискусія «Який менеджер викликає довіру?»

Робота в групах

Завдання:

Побудувати «піраміду цінностей» менеджера освіти.

Сформулювати власне професійне кредо.

Ситуація:

Колега порушує академічну доброчесність – ваша реакція?

Кейс-завдання (ситуаційне моделювання)

Кейс 2. «Невдала самопрезентація»

Під час публічного виступу керівник демонструє невпевненість, неструктурованість мовлення та відсутність контакту з аудиторією.

Завдання:

Визначте помилки.

Запропонуйте шляхи вдосконалення.

Сформулюйте рекомендації щодо ефективної самопрезентації.

(ПРН5, ПРН6, ФК4, ФК5)

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3.

ТЕМА. Комунікація і імідж

Мета: розвиток комунікативних навичок

Хід заняття:

Обґрунтуйте роль цифрового середовища у формуванні професійного іміджу сучасного керівника закладу освіти. (ПРН4, ФК3)

Рольова гра

Аналіз відеофрагментів

Завдання:

Підготувати міні-виступ (2 хв)

Визначити помилки невербальної поведінки

Ситуація:

Конфлікт з батьками учнів – як діяти?

Кейс-завдання (ситуаційне моделювання)

Кейс 3. «Конфлікт у колективі»

У педагогічному колективі виник конфлікт між двома працівниками, що впливає на робочий клімат.

Завдання:

Визначте причини конфлікту.

Запропонуйте стратегію його вирішення.

Опишіть роль менеджера у врегулюванні ситуації. (ПРН3, ПРН6, ПРН10, ФК2, ФК5)

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4.

ТЕМА. Емоційний інтелект менеджера освіти

Мета: розвиток EQ

Хід заняття:

Тестування

Вправи на емпатію

Завдання:

Проаналізувати власні емоційні реакції

Розробити стратегію самоконтролю

Ситуація:

Критика від колективу – ваша реакція?

Кейс-завдання (ситуаційне моделювання)

Кейс 4. «Цифровий імідж»

У керівника закладу освіти виявлено суперечливий контент у соціальних мережах.

Завдання:

Проаналізуйте ризики для професійного іміджу.

Запропонуйте план корекції цифрової репутації.

Сформулюйте правила цифрової етики.

(ПРН4, ПРН8, ФК3, ФК7)

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5.

ТЕМА. Цифровий імідж менеджера освіти

Мета: формування онлайн-репутації

Хід заняття:

Розкрийте сутність комунікативної культури в управлінській діяльності. (ПРН6, ФК5)

Аналіз профілів у соцмережах

Обговорення

Завдання:

Оцінити власний цифровий слід

Розробити контент-план

Ситуація:

Негативний коментар у соцмережах про заклад освіти

Кейс-завдання (ситуаційне моделювання)

Кейс 6. «Етична дилема»

Керівник отримує пропозицію, яка суперечить принципам академічної доброчесності, але може покращити рейтинг закладу.

Завдання:

Проаналізуйте ситуацію з позиції професійної етики.

Запропонуйте рішення.

Обґрунтуйте власну позицію

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6.

ТЕМА. Самопрезентація

Мета: розвиток навичок представлення себе

Хід:

Проаналізуйте роль рефлексії у формуванні індивідуальної траєкторії професійного розвитку. (ПРН7, ФК6)

Підготовка презентації

Виступи

Завдання:

Створити elevator pitch

Підготувати відеопрезентацію

Ситуація:

Співбесіда на посаду директора

Кейс-завдання (ситуаційне моделювання)

Кейс 7. «Саморозвиток менеджера»

Молодий керівник відчуває професійне вигорання та втрату мотивації.

Завдання:

Визначте причини.

Запропонуйте індивідуальну траєкторію розвитку.

Розробіть план самовдосконалення. (ПРН7, ПРН10, ФК6)

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 7.

ТЕМА. Візуальний імідж

Мета: формування зовнішнього образу

Хід заняття:

Обґрунтуйте значення академічної доброчесності у формуванні позитивного іміджу. (ПРН8, ФК7)

Аналіз стилів поведінки

Робота з кейсами

Завдання:

Створити образ «ідеального менеджера»

Підібрати дрес-код для менеджера освіти.

Ситуація:

Публічний виступ на конференції

Кейс-завдання (ситуаційне моделювання)

Кейс 5. «Формування бренду закладу освіти»

Заклад освіти має низький рівень довіри серед батьків і громади.

Завдання:

Проведіть SWOT-аналіз ситуації.

Запропонуйте стратегію покращення іміджу.

Визначте інструменти комунікації. (ПРН1, ПРН2, ПРН9, ФК1, ФК3)

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 8.

ТЕМА. Антикризовий імідж

Мета: навчитися діяти в кризах

Хід заняття:

Визначте основні ризики формування іміджу в умовах цифровізації освіти. (ПРН4, ПРН9, ФК3)

Кейс-метод

Групова робота

Завдання:

Розробити антикризову стратегію

Написати офіційну заяву

Ситуація:

Конфліктна ситуація у закладі освіти

Кейс-завдання (ситуаційне моделювання)

Підбір завдань для вирішення конфліктних ситуацій

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 9.

ТЕМА. Індивідуальна стратегія розвитку професійного іміджу

Мета: формування траєкторії розвитку

Хід заняття:

Проаналізуйте вплив лідерського стилю на імідж керівника закладу освіти. (ПРН2, ПРН10, ФК2)

Запропонуйте модель розвитку професійного іміджу майбутнього менеджера освіти. (ПРН1–ПРН10, ФК1–ФК7

Рефлексія

Презентація планів

Завдання:

Створити «дорожню карту іміджу»

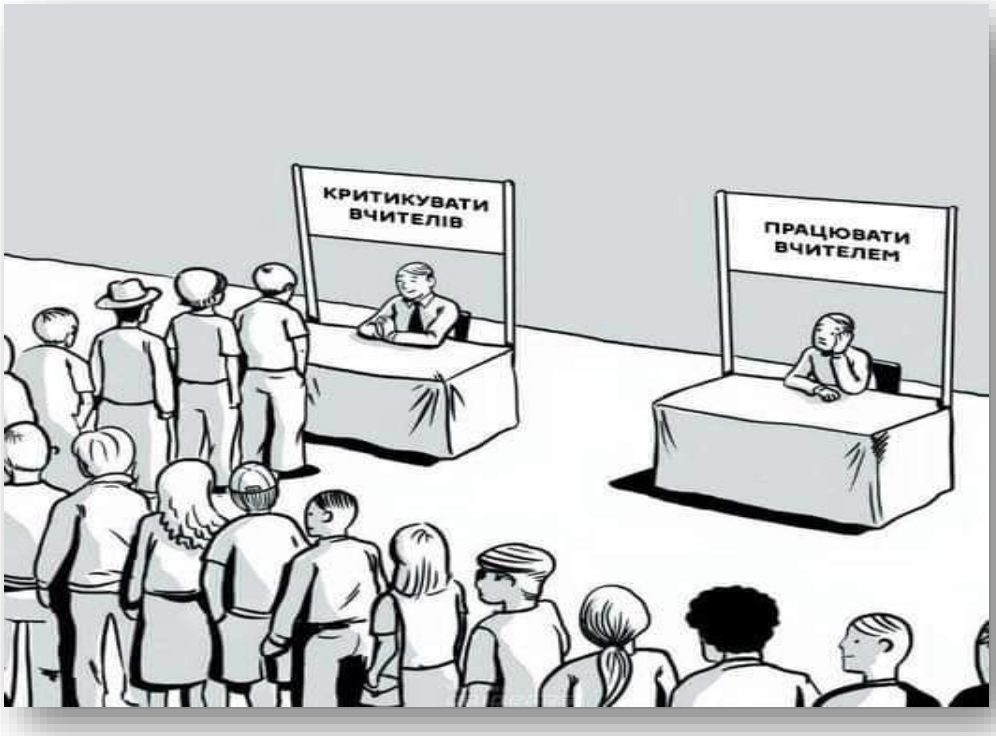
Визначити KPI розвитку

Ситуація:

Кар’єрне зростання до керівної посади

Кейс-завдання (ситуаційне моделювання)

Аналіз компонентів моделі.



МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНИЙ СУПРОВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичні заняття у межах навчально-методичного посібника «PRO-імідж менеджера освіти» спрямовані на формування у здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти цілісної системи знань, умінь і навичок щодо побудови, розвитку та корекції професійного іміджу сучасного керівника закладу освіти.

Організація практичної роботи передбачає реалізацію компетентнісного, діяльнісного та рефлексивного підходів, що забезпечують активне включення здобувачів освіти у моделювання професійних ситуацій, аналіз кейсів управлінської діяльності та відпрацювання технологій ефективної самопрезентації. Особлива увага приділяється формуванню здатності до критичного осмислення власного професійного образу, розвитку комунікативної культури та цифрової іміджевої компетентності.

Інформаційний супровід практичних занять включає використання сучасних цифрових освітніх ресурсів, мультимедійних презентацій, інтерактивних платформ, а також кейс-технологій, тренінгових вправ і ситуаційного аналізу. Важливим компонентом є застосування елементів дистанційного та змішаного навчання, що дозволяє забезпечити гнучкість освітнього процесу та індивідуалізацію навчальної траєкторії здобувачів.

Методичні рекомендації передбачають поетапну організацію практичних занять:

мотиваційно-цільовий етап (актуалізація знань, постановка проблеми);

операційно-діяльнісний етап (виконання практичних завдань, робота з кейсами, моделювання ситуацій);

рефлексивно-оцінний етап (самоаналіз, взаємооцінювання, корекція професійних дій).

З метою підвищення ефективності навчання рекомендується інтеграція технологій розвитку іміджевої компетентності, зокрема: тренінгів самопрезентації, аналізу цифрового сліду керівника закладу освіти, розроблення персонального професійного бренду, а також використання методів сторітелінгу та портфоліо-технологій.

Таким чином, запропонована система методичних рекомендацій і інформаційного супроводу забезпечує формування у майбутніх менеджерів освіти готовності до ефективного управління власним професійним іміджем в умовах сучасного трансформаційного освітнього середовища.

САМОСТІЙНА РОБОТА ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ

Методичні рекомендації та інформаційний супровід організації самостійної роботи

Самостійна робота здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти є важливою складовою професійної підготовки майбутніх менеджерів освіти та спрямована на поглиблення, систематизацію та практичне застосування знань у сфері формування PRO-іміджу.

Організація самостійної роботи ґрунтується на засадах компетентнісного, діяльнісного та рефлексивного підходів і передбачає активну пізнавальну діяльність здобувачів освіти, спрямовану на розвиток їхньої автономності, відповідальності та здатності до професійного самовдосконалення.

Самостійна робота має системний і поетапний характер та реалізується через виконання аналітичних, творчих, проєктних і рефлексивних завдань. Вона передбачає як індивідуальну діяльність, так і елементи групової взаємодії (онлайн-обговорення, спільні проєкти, взаємооцінювання).

Основні принципи організації самостійної роботи:

- ✓ цілеспрямованість (чітке визначення очікуваних результатів – ПРН1–ПРН12);
- ✓ практико-орієнтованість (зв’язок із реальними управлінськими ситуаціями – ФК1–ФК9);
- ✓ індивідуалізація (врахування особистого досвіду та стилю діяльності – ЗК2);
- ✓ рефлексивність (усвідомлення власного розвитку – ПРН5, ПРН12);
- ✓ цифровізація (використання сучасних онлайн-інструментів – ЗК6, ФК6).

Контроль самостійної роботи доцільно здійснювати у формах поточного оцінювання (презентації, есе, портфоліо, кейс-аналіз), а також через самооцінювання і взаємооцінювання.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Тема 1. Теоретичні засади іміджу менеджера освіти

Завдання:

Підготувати аналітичне есе «Професійний імідж менеджера освіти як фактор управлінської ефективності» (ПРН1, ПРН2; ЗК1; ФК1)

Тема 2. Цінності та етика професійного іміджу

Завдання:

Розробити власний «Кодекс професійної поведінки менеджера освіти» (ПРН2; ЗК5; ФК1, ФК5)

Тема 3. Комунікативний імідж

Завдання:

Проаналізувати відео публічного виступу керівника (на вибір) та визначити сильні/слабкі сторони

(ПРН3, ПРН4; ЗК3; ФК2, ФК3)

Тема 4. Емоційний інтелект

Завдання:
Вести рефлексивний щоденник (5 днів): аналіз власних емоційних реакцій у комунікації
(ПРН10; ЗК2; ФК8)

Тема 5. Цифровий імідж
Завдання:
Проаналізувати власний цифровий профіль (соцмережі) та скласти план його вдосконалення
(ПРН7; ЗК6; ФК6)

Тема 6. Самопрезентація
Завдання:
Підготувати відео-самопрезентацію (1–2 хв)
(ПРН4; ЗК3; ФК3)

Тема 7. Імідж у конфліктних ситуаціях
Завдання:
Розробити алгоритм дій менеджера освіти у конфліктній ситуації
(ПРН9; ЗК7; ФК7)

Тема 8. Імідж закладу освіти
Завдання:
Проаналізувати імідж конкретного закладу освіти (SWOT-аналіз)
(ПРН11; ЗК1; ФК5)

Тема 9. Індивідуальна стратегія іміджу
Завдання:
Розробити «Дорожню карту формування PRO-іміджу» (на 1 рік)
(ПРН6, ПРН12; ЗК2; ФК9)

Форми представлення результатів самостійної роботи

- аналітичне есе
- презентація
- відео
- портфоліо
- чек-листи
- стратегічні плани
- рефлексивні записи

Критерії оцінювання самостійної роботи

- Змістовність і глибина аналізу
- Практична спрямованість
- Самостійність і оригінальність
- Рівень рефлексії
- Якість оформлення та презентації результатів
- Очікувані результати самостійної роботи

У результаті виконання самостійних завдань здобувач освіти:

- ✓ поглиблює теоретичні знання (ПРН1–ПРН2);
- ✓ розвиває комунікативні та презентаційні навички (ПРН3–ПРН4);
- ✓ формує здатність до самоаналізу та саморозвитку (ПРН5, ПРН12);
- ✓ опановує інструменти цифрового іміджування (ПРН7);
- ✓ набуває досвіду вирішення професійних ситуацій (ПРН9, ПРН11).

Система оцінювання результатів навчання (100-бальна шкала)

Оцінювання результатів навчання з дисципліни «PRO-імідж менеджера освіти» здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою та передбачає поєднання поточного, підсумкового, само- та взаємооцінювання. Система оцінювання орієнтована на перевірку досягнення програмних результатів навчання (ПРН1–ПРН12) та сформованості загальних (ЗК) і фахових (ФК) компетентностей.

Структура розподілу балів

Вид діяльності	Кількість балів	Відповідність ПРН
Участь у практичних заняттях (9 занять)	30 балів	ПРН3–ПРН10
Самостійна робота (9 завдань)	30 балів	ПРН1–ПРН12
Індивідуальний проєкт (портфоліо / стратегія іміджу)	25 балів	ПРН5–ПРН12
Підсумковий контроль (залік / презентація)	15 балів	ПРН1–ПРН12
Разом	100 балів	–

Критерії оцінювання

1. Практичні заняття (30 балів)
(до 3–4 балів за заняття)

Оцінюється:

1. активність участі (ЗК3, ЗК4)
2. якість виконання завдань (ФК2, ФК3)
3. здатність до аналізу ситуацій (ПРН5, ПРН9)
4. комунікативні навички (ПРН3, ПРН4)

2. Самостійна робота (30 балів)
(до 3–4 балів за завдання)

Оцінюється:

1. глибина аналізу (ПРН1, ПРН5)
2. самостійність (ЗК2)
3. практична спрямованість (ФК1, ФК6),
4. рефлексія (ПРН12)

3. Індивідуальний проєкт (25 балів)
(портфоліо або стратегія іміджу)

Оцінюється:

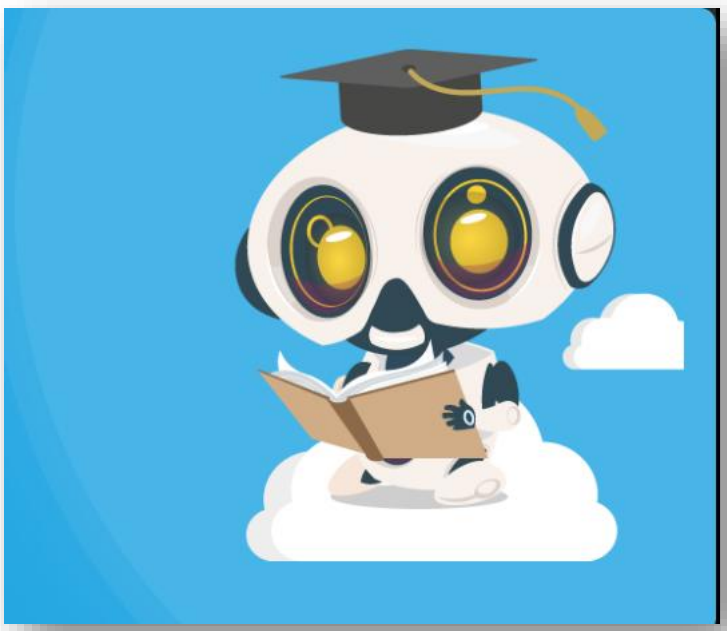
1. цілісність і логіка (ПРН6)
2. практична значущість (ФК5, ФК9)
3. креативність (ЗК7)
4. цифрове оформлення (ПРН7)
5. рівень самопрезентації (ПРН4)

4. Підсумковий контроль (15 балів)
Форма: презентація / захист портфоліо
Оцінюється:

1. системність знань (ПРН1–ПРН2)
2. уміння аргументувати (ЗК1, ЗК7)
3. професійна комунікація (ПРН3)

Шкала оцінювання (ECTS)

Бали	Оцінка	Рівень
90–100	A	відмінно
82–89	B	дуже добре
74–81	C	добре
64–73	D	задовільно
60–63	E	достатньо
35–59	FX	незадовільно (з можливістю повтору)
0–34	F	незадовільно



Портфоліо здобувача освіти (шаблон)

1. Загальна інформація

ПІБ:
Спеціальність: 011 «Освітні, педагогічні науки»
Освітньо-професійна програма: «Освітній менеджмент»
Рівень вищої освіти: другий (магістерський)
Контакти:

2. Самопрезентація

Короткий опис (до 150 слів):
(хто я як майбутній менеджер освіти, мої цінності, цілі)

3. Самодіагностика професійного іміджу

Компонент	Рівень (1–5)	Коментар
Комунікативний		
Емоційний		
Цифровий		
Візуальний		
Поведінковий		

4. SWOT-аналіз професійного іміджу менеджера освіти

S (сильні сторони):
W (слабкі сторони):
O (можливості):
T (загрози):

5. Цифровий імідж менеджера освіти

Аналіз профілів (Facebook / LinkedIn тощо)
Сильні сторони
План вдосконалення

6. Приклади виконаних завдань

(додати 2–3 найкращі роботи)
есе
презентації
кейси

7. Рефлексивний блок

Відповіді:
Що я змінив(ла) у своєму іміджі?
Які труднощі виникли?
Які навички сформувалися?

8. Індивідуальна стратегія розвитку професійного іміджу

Мета	Дії	Термін	Очікуваний результат

9. Докази розвитку (Evidence)
сертифікати
участь у заходах
відгуки

10. Самооцінювання
Оцініть свій розвиток за шкалою 1–10:

1. комунікація
2. самопрезентація
3. цифровий імідж
4. емоційний інтелект

Методичні рекомендації до портфоліо
Портфоліо виконує функції:

1. інструменту оцінювання (ПРН5, ПРН12)
2. засобу рефлексії (ЗК2)
3. інструменту самопрезентації (ФК3)

Рекомендується:

- ✓ оформлювати в цифровому вигляді (Canva / Google Sites)
- ✓ регулярно оновлювати
- ✓ використовувати для працевлаштування

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ КЕЙСІВ

Виконання кейс-завдань передбачає:

- аналіз ситуації (виявлення проблеми, причин, наслідків);
- застосування теоретичних знань до практичних умов;
- розроблення управлінських рішень;
- обґрунтування власної позиції;
- рефлексію результатів.

Рекомендується використовувати:

- метод SWOT-аналізу;
- метод рольового моделювання;
- дискусійні та дебатні технології;
- презентацію рішень у групах;
- взаємооцінювання.

Критерії оцінювання кейс-завдань з дисципліни «PRO-імідж менеджера освіти»

1. Загальні підходи до оцінювання

Оцінювання кейс-завдань здійснюється на засадах компетентнісного підходу; практичної спрямованості; інтеграції теоретичних знань і управлінських умінь; рефлексивності та обґрунтованості рішень.

Кейс-завдання спрямовані на перевірку досягнення програмних результатів навчання (ПРН) та сформованості фахових компетентностей (ФК), зокрема: (ПРН1–ПРН10, ФК1–ФК7).

2. Критерії оцінювання (аналітична шкала)

Оцінювання одного кейсу здійснюється за 10-бальною шкалою (або інтегрується у 100-бальну систему дисципліни).

Критерії:

1. Аналіз проблеми (0–2 бали)

0 – відсутній або поверхневий аналіз

1 – часткове розуміння проблеми

2 – глибокий, системний аналіз ситуації

(ПРН1, ПРН3, ФК1, ФК2)

2. Обґрунтованість рішень (0–2 бали)

0 – рішення відсутні або нелогічні

1 – частково обґрунтовані

2 – чітко аргументовані, логічні рішення

(ПРН2, ПРН9, ФК2, ФК3)

3. Практична доцільність (0–2 бали)

0 – рішення відірвані від практики

1 – частково застосовні

2 – реалістичні, практично орієнтовані

(ПРН4, ПРН5, ФК3, ФК4)

4. Використання теоретичних знань (0–2 бали)
0 – відсутні посилання на теорію
1 – часткове використання понять
2 – інтегроване застосування теоретичних положень
(ПРН1, ПРН6, ФК1, ФК5)

5. Рефлексія та самостійність (0–1 бал)
0 – відсутня рефлексія
1 – наявна аргументована власна позиція
(ПРН7, ФК6)

6. Комунікативна чіткість і оформлення (0–1 бал)
0 – неструктурована відповідь
1 – логічна, чітка, структурована відповідь
(ПРН6, ФК5)

3. Рівні досягнення результатів

Рівень	Бали	Характеристика
Високий	9–10	Глибокий аналіз, інноваційні рішення, повна відповідність ПРН
Достатній	7–8	Логічні рішення, достатній рівень обґрунтування
Середній	5–6	Часткове розкриття, обмежена аргументація
Низький	1–4	Поверхневий аналіз, слабкі рішення
Незадовільний	0	Відсутність виконання

4. Форми оцінювання кейсів
Оцінювання може здійснюватися у таких формах:
- ✓ індивідуальна письмова робота;
- ✓ групова презентація рішення;
- ✓ рольова гра / моделювання ситуації;
- ✓ публічний захист кейсу;
- ✓ взаємооцінювання та самооцінювання.

5. Додаткові показники
Можуть враховуватися:
- ✓ інноваційність запропонованих рішень;
- ✓ використання цифрових інструментів;
- ✓ лідерська позиція у груповій роботі;
- ✓ здатність до стратегічного мислення;
- ✓ етична аргументація.

РУБРИКА ОЦІНЮВАННЯ КЕЙС-ЗАВДАНЬ

з дисципліни «PRO-імідж менеджера освіти»

Дані студента
ПІБ студента: _____
Група: _____
Тема кейсу: _____
Дата: _____

ОЦІНЮВАЛЬНА ТАБЛИЦЯ

№	Критерій	Опис рівнів	Бали	Оцінка
1	Аналіз проблеми	0 – відсутній; 1 – частковий; 2 – глибокий, системний	0–2	___
2	Обґрунтованість рішень	0 – відсутні/нелогічні; 1 – частково обґрунтовані; 2 – логічні, аргументовані	0–2	___
3	Практична доцільність	0 – нереалістичні; 1 – частково застосовні; 2 – практично орієнтовані	0–2	___
4	Використання теорії	0 – відсутнє; 1 – часткове; 2 – системне, інтегроване	0–2	___
5	Рефлексія	0 – відсутня; 1 – наявна, аргументована	0–1	___
6	Комунікативна чіткість	0 – неструктуровано; 1 – логічно, чітко	0–1	___

ЗАГАЛЬНИЙ БАЛ: _____ / 10
РІВЕНЬ ДОСЯГНЕННЯ
☐ 9–10 – високий
☐ 7–8 – достатній
☐ 5–6 – середній
☐ 1–4 – низький
☐ 0 – незадовільний

ДОДАТКОВІ КРИТЕРІЇ (за потреби)

Критерій	Так / Ні	Коментар
Інноваційність рішення	☐ / ☐	_____
Використання цифрових інструментів	☐ / ☐	_____
Лідерство у групі	☐ / ☐	_____
Етичність рішення	☐ / ☐	_____

КОМЕНТАР ВИКЛАДАЧА

САМООЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТА
Що вдалося найкраще:
Що потребує вдосконалення:
ПІДПИСИ
Викладач: _____
Студент: _____



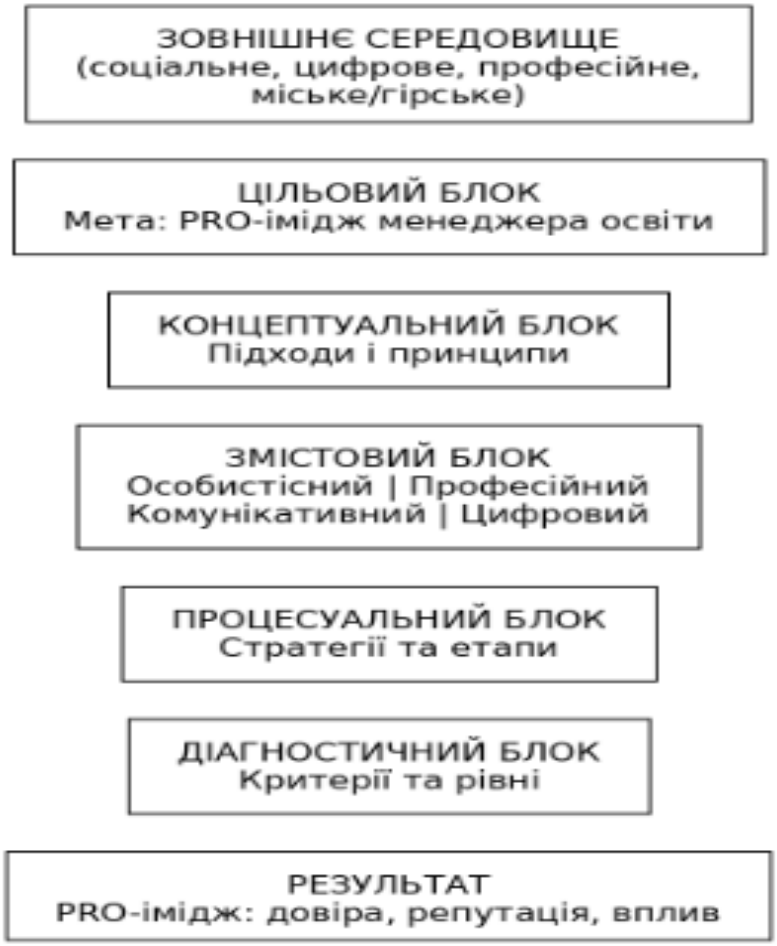


Рис. 1. Структурно-функціональна модель формування PRO-іміджу менеджера освіти

Розроблена **структурно-функціональна модель формування PRO-іміджу менеджера освіти** відображає цілісну систему взаємопов'язаних компонентів, що забезпечують розвиток професійного іміджу як інтегративної характеристики особистості керівника.

Модель включає такі взаємопов'язані блоки: цільовий, концептуально-методологічний, змістовий, процесуальний, діагностичний та результативний. Її функціонування зумовлюється впливом зовнішнього середовища (соціального, цифрового, професійного, зокрема специфіки міського та гірського освітнього контексту).

Ключовим є змістовий блок, що охоплює особистісний, професійний, комунікативний та цифровий компоненти, які реалізуються через систему стратегій (автентичності, комунікативної взаємодії, цифрового іміджу та персонального брендування).

Результатом реалізації моделі є сформований PRO-імідж менеджера освіти, що проявляється у високому рівні довіри, позитивній професійній репутації, управлінському впливі та конкурентоспроможності.

ДОДАТКИ

Додаток А

ОРІЄНТОВНІ ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «PRO-ІМІДЖ МЕНЕДЖЕРА ОСВІТИ»

ВАРІАНТ 1

1. Професійний імідж менеджера освіти – це:
   А) лише зовнішній вигляд
   Б) сукупність професійних знань
   ✓ В) інтегративна характеристика особистості управлінця
   Г) стиль керівництва
2. Основним компонентом іміджу є:
   А) лише одяг
   ✓ Б) комунікативний
   В) технічний
   Г) фізіологічний
3. Самопрезентація – це:
   А) оцінювання інших
   ✓ Б) представлення себе в професійному середовищі
   В) контроль діяльності
   Г) управління колективом
4. Емоційний інтелект передбачає:
   А) рівень IQ
   Б) фізичну витривалість
   ✓ В) здатність розуміти та регулювати емоції
   Г) знання законів
5. До цифрового іміджу належить:
   А) стиль одягу
   ✓ Б) профіль у соціальних мережах
   В) міміка
   Г) голос
6. Комунікативна компетентність – це:
   ✓ А) здатність ефективно взаємодіяти
   Б) знання законів
   В) фізична підготовка
   Г) технічні навички
7. SWOT-аналіз включає:
   А) тільки сильні сторони
   ✓ Б) сильні, слабкі сторони, можливості, загрози
   В) лише ризики
   Г) лише можливості
8. Академічна доброчесність – це:
   ✓ А) дотримання етичних норм у навчанні
   Б) виконання наказів

В) зовнішній вигляд
Г) стиль мовлення

9. Лідерство передбачає:
А) контроль
✓ Б) вплив і мотивацію
В) накази
Г) ізоляцію

10. Конфлікт – це:
А) співпраця
✓ Б) зіткнення інтересів
В) дружба
Г) підтримка

11. Візуальний імідж включає:
✓ А) зовнішній вигляд
Б) знання
В) мислення
Г) досвід

12. Онлайн-репутація – це:
А) оцінки
✓ Б) образ у цифровому середовищі
В) стиль одягу
Г) поведінка офлайн

13. Нетворкінг – це:
✓ А) встановлення професійних контактів
Б) навчання
В) контроль
Г) звітність

14. Рефлексія – це:
А) оцінка інших
✓ Б) аналіз власної діяльності
В) контроль
Г) планування

15. Саморозвиток – це:
✓ А) постійне вдосконалення
Б) відпочинок
В) контроль
Г) управління

16. Командна робота передбачає:
✓ А) співпрацю
Б) конкуренцію
В) ізоляцію
Г) контроль

17. Професійна етика включає:
✓ А) моральні норми

Б) технічні навички
В) фізичну силу
Г) інтелект

18. Портфоліо – це:
✓ А) збірка досягнень
Б) журнал
В) звіт
Г) інструкція

19. Імідж закладу освіти – це:
✓ А) його сприйняття суспільством
Б) будівля
В) обладнання
Г) документи

20. Кризова комунікація – це:
✓ А) взаємодія у складних ситуаціях
Б) звичайна бесіда
В) навчання
Г) оцінювання.

ВАРІАНТ 2

1. Основна мета іміджу:
✓ А) створення позитивного образу
Б) контроль
В) звітність
Г) навчання

2. Компонент іміджу, що пов’язаний з мовленням:
✓ А) вербальний
Б) фізичний
В) технічний
Г) візуальний

3. Ефективна комунікація передбачає:
✓ А) взаєморозуміння
Б) контроль
В) накази
Г) звітність

4. Цифрова етика – це:
✓ А) правила поведінки онлайн
Б) стиль одягу
В) фізична культура
Г) мислення

5. Публічний виступ – це:
✓ А) представлення інформації аудиторії
Б) контроль

В) оцінювання
Г) навчання

6. Емпатія – це:
✓ А) розуміння емоцій інших
Б) контроль
В) управління
Г) аналіз

7. Конфліктологія – це:
✓ А) наука про конфлікти
Б) управління
В) навчання
Г) комунікація

8. Імідж формується через:
✓ А) діяльність і поведінку
Б) лише одяг
В) тільки знання
Г) випадково

9. Самопрезентація важлива для:
✓ А) професійного розвитку
Б) контролю
В) звітності
Г) навчання

10. Критичне мислення – це:
✓ А) аналіз і оцінка інформації
Б) контроль
В) управління
Г) звіт

11. Онлайн-комунікація – це:
✓ А) взаємодія в цифровому середовищі
Б) особиста зустріч
В) телефон
Г) лист

12. Управлінська культура – це:
✓ А) система цінностей і норм
Б) стиль одягу
В) фізична форма
Г) знання

13. Професійна репутація – це:
✓ А) оцінка діяльності іншими
Б) диплом
В) знання
Г) досвід

14. Самооцінювання – це:
✓ А) оцінка власної діяльності

Б) контроль
В) управління
Г) навчання

15. Ділове спілкування – це:
✓ А) професійна взаємодія
Б) дружба
В) конфлікт
Г) контроль

16. Стратегія іміджу – це:
✓ А) план його розвитку
Б) звіт
В) контроль
Г) оцінка

17. Взаємооцінювання – це:
✓ А) оцінювання одне одного
Б) контроль
В) управління
Г) навчання

18. Соціальні мережі впливають на:
✓ А) імідж
Б) фізичну форму
В) інтелект
Г) знання

19. Професійний розвиток – це:
✓ А) постійне вдосконалення
Б) відпочинок
В) контроль
Г) управління

20. Управління іміджем – це:
✓ А) цілеспрямований процес його формування
Б) випадковість
В) контроль
Г) навчання

Додаток

ПРОФЕСІЙНЕ БІО

***** Підготовлено за матеріалами
https://genius.space/lab/opis-dlya-bio-shho-zverne-na-vas-uvagu-rekruteriv-i-dopomozhe-znajti-robotu-5-gotovih-shabloniv-dlya-riznih-profesij/

Професійне біо – це короткий, структурований текст, у якому людина презентує себе як фахівця: хто вона, чим займається, у чому її експертність і цінність для інших. Відповідь на питання: *«Хто я як професіонал і чому мені варто довіряти?»*

Основні характеристики професійного БІО:

1. коротке (зазвичай 80–150 слів)
2. чітке і конкретне
3. орієнтоване на аудиторію
4. підкреслює експертність і досягнення
5. має професійний, але живий стиль

Структура професійного БІО

Хто ви ? ім'я (за потреби), посада / роль
«Майбутній менеджер освіти…»
Чим займаєтесь, сфера діяльності
«спеціалізуюсь на управлінні освітніми проєктами…»
Ключові компетентності, навички, підходи
«використовую інноваційні технології, цифрові інструменти…»
Досягнення або досвід, практика, результати
«брала участь у…», «реалізувала…»
Цінності / місія
«прагну створювати ефективне освітнє середовище…»

Де використовується професійне БІО:

1. CV / резюме
2. профіль у соцмережах (наприклад, LinkedIn)
3. портфоліо
4. сайт або презентація
5. заяви, конкурси, гранти

Професійне БІО – це ядро іміджу, основа самопрезентації, інструмент позиціонування менеджера освіти.

ПРИКЛАД (ДЛЯ СТУДЕНТА ОПП «ОСВІТНІЙ МЕНЕДЖМЕНТ»)

Майбутній менеджер освіти, орієнтований на впровадження інноваційних підходів в управлінні закладами освіти.

Спеціалізуюсь на розвитку професійного іміджу керівника та цифрових комунікацій.

Використовую сучасні AI-інструменти для створення ефективного освітнього середовища.

Маю досвід участі в освітніх проєктах і командній роботі.

Вірю, що якісне управління освітою базується на довірі, партнерстві та постійному розвитку.

ШАБЛОН ПРОФЕСІЙНОГО БІО

(для майбутнього менеджера освіти)

Варіант 1 (базовий – універсальний)

Я, _____ (ім'я, прізвище), є майбутнім(ою) _____ (посада / професійна роль, напр.: менеджером освіти).
Спеціалізуюся на _____
(напрями діяльності, інтереси).
Маю такі ключові компетентності:
_____
(3–5 навичок або якостей).
Брав(ла) участь у _____
(проєкти, практика, досвід).
У своїй діяльності використовую _____
(методи, технології, AI-інструменти тощо).
Моя професійна мета — _____.
Прагну _____(цінності, вплив, бачення).

Варіант 2 (сучасний – для соцмереж / LinkedIn)

Майбутній(я) _____
Працюю з: _____
Розвиваю компетентності: _____
Використовую інновації: _____
Ціную: _____
Моя мета: _____

Варіант 3 (короткий – 30–50 слів)

Майбутній(я) _____, який(а) спеціалізується на _____.
Маю компетентності у сфері _____
та прагну _____.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ТА ПІДКАЗКИ ДЛЯ СТУДЕНТІВ

Пиши конкретно, а не загально – «хочу працювати в освіті», «розвивати цифрове управління закладом освіти».

Використовуй 3–5 сильних навичок.

Додавай цінності (важливо для іміджу!).

Уникай: дуже складних речень , зайвої «води», копіювання шаблонних фраз.

Міні-завдання для студентів:

1. Заповнити шаблон
2. Скоротити до 100 слів
3. Адаптувати під:

- резюме
- соцмережу
- публічний виступ.

Опис для БІО – це те, що зверне на вас увагу рекрутерів і допоможе знайти роботу.

Як зробити своє БІО таким, щоб воно працювало на тебе? Як стисло, але ефективно презентувати свої навички та досягнення? У цій статті ти дізнаєшся, як створити професійне біо, що привертає увагу, виділить тебе серед інших і допоможе досягти кар'єрних цілей.

*******https://genius.space/lab/opis-dlya-bio-shho-zverne-na-vas-uvagu-rekruteriv-i-dopomozhe-znajti-robotu-5-gotovih-shabloniv-dlya-riznih-profesij/

ЩО ТАКЕ БІО?

Потрібно розповісти про себе так, щоб рекрутер одразу подумав: "Ось він, ідеальний спеціаліст!"? У цьому допоможе біо – коротка професійна біографія, свого роду "моментальний знімок" твоїх навичок, досягнень і навіть особистих інтересів.

По суті, біо відповідає на головні питання: хто ти, що вже зробив і над чим працюєш зараз. Це не розгорнуте резюме і не сухий список робочих фактів. Це стисла, але ефективна презентація твоїх сильних сторін, підходу до роботи й унікальних рис. Його можна розмістити де завгодно: на особистому сайті, сторінці компанії чи навіть в соцмережах.

Яку інформацію має містити біо?

Головне завдання – за кілька речень дати людині розуміння, хто ти та чим можеш бути корисним.

Тому воно повинно відповідати на чотири ключові питання:

✓ Хто ти? (Ім'я, професія, досвід)

✓ Що ти вже зробив? (Головні досягнення, цікаві проєкти)

✓ Чим займаєшся зараз? (Поточна посада, сфера впливу)

✓ Що можеш запропонувати? (Навички, компетенції, твоя цінність для партнера чи роботодавця)

Однак це ще не все. Хороше біо має характер – воно відображає твою особистість та стиль роботи. Наприклад, якщо ти ІТ-спеціаліст, який не просто

пише код, а розв’язує складні логічні задачі, це варто згадати. Або якщо ти маркетолог, який створює стратегії, що допомагають бізнесу виростати в кілька разів, не забудь, про це сказати.

Крім того, що воно показує твій професійний шлях, це ще й спосіб виділитися серед сотень інших кандидатів. Наприклад, якщо рекрутер переглядає десятки профілів у LinkedIn, його увагу приверне той, де біо написане чітко, цікаво та структуровано.

І не забувай: біо – це не статична річ. Воно змінюється разом із тобою. Отримав нову посаду? Завершив крутий проєкт? Пройшов корисні курси? Додай ці оновлення до своєї фотографії, і кожен, хто знайде тебе у пошуку чи перегляне твої соцмережі, побачить актуальну й привабливу картину.

Чому хороше біо – це необхідність для професіоналів?

Зізнайся, ти коли-небудь думав: *«Та хто взагалі читає ці описи?»* Насправді – читають. І значно частіше, ніж ти уявляєш.

Рекрутери, керівники, потенційні клієнти чи партнери зазвичай не починають знайомство з тобою з детального аналізу резюме чи уважного вивчення портфоліо. Перше, що вони бачать – це твоє біо. І якщо воно написане вдало, вони зацікавляться, захочуть дізнатися більше. Якщо ж текст нудний, розмитий або занадто формальний – швидше за все, тебе просто «пролистають».

Перше враження вирішує все.

Гарне біо – це твоя професійна візитівка. Уяви: рекрутер переглядає твій профіль у LinkedIn. Він не заглиблюється одразу у твої місця роботи, сертифікати чи дипломи – спочатку він пробігає очима біо. Якщо воно конкретне, чітке і влучне – ти отримаєш шанс на співбесіду чи новий проєкт.

А тепер два варіанти біо:

«Маркетолог із досвідом, люблю креатив і працюю з клієнтами» – нічого конкретного, ніщо не чіпляє.

«Допомагаю бізнесам збільшити продажі через ефективні контент-стратегії. За останній рік мої клієнти отримали +50% органічного трафіку» – є факти, цифри та результат, який одразу показує експертність.

Біо показує не лише навички, а й твою особистість.

Сучасні роботодавці та партнери оцінюють не тільки досвід, а й твій стиль роботи, підхід і цінності. Вони хочуть розуміти, чи підходиш ти команді за культурою, чи будеш “своєю” людиною.

Саме тому біо – це не просто список посад, а можливість додати трохи особистості. Розкажи про свій унікальний стиль роботи або хобі, яке доповнює твої професійні навички.

Наприклад:

Поєдную маркетинг і психологію, що допомагає мені створювати ефективні рекламні кампанії.

Люблю фотографію – це навчає мене працювати з композицією та кольором у вебдизайні.

Фанат стратегічних ігор – саме тому люблю продумувати складні бізнес-моделі в аналітиці.

Цікавий факт про тебе зробить біо живішим, і читач краще запам'ятає, хто ти. Адже наш мозок краще утримує конкретні, цікаві дані, ніж довгі списки загальних фраз.

Твоє біо – частина твого професійного бренду.

Згадай, як ти сам шукаєш інформацію про людей. Якщо хочеш дізнатися про когось більше, перше, що ти робиш – читаєш біографію на сайті чи короткий опис у соцмережах. Те ж саме роблять і щодо тебе.

І якщо твій опис буде нудним, занадто загальним або неактуальним – це може зменшити твої шанси зацікавити потрібних людей. А тепер уяви інший варіант: ти написав конкретне, цікаве, структуроване біо, яке одразу дає зрозуміти, що ти вмієш і чому вартий уваги.

Що ти отримуєш?

1. Запрошення на співбесіди
2. Нові клієнти та замовлення
3. Пропозиції про співпрацю
4. Запрошення на подкасти, конференції, спільні проєкти

І все це – просто тому, що хтось прочитав твій короткий, але потужний опис і подумав: «О, ця людина знає, що робить!»

Чому варто подбати про своє біо прямо зараз?

1. Це перше, що читають про тебе. І воно або зацікавить, або змусить прогорнути далі.
2. Це можливість виділитися серед сотень інших спеціалістів.
3. Це спосіб показати не лише навички, а й стиль роботи та особистість.
4. Це частина твого професійного бренду.
5. Це твій "магніт для можливостей".

СПИСОК НАУКОВИХ ДЖЕРЕЛ

1. Біляковська, О. (2022) Якість професійної підготовки як запорука конкурентоспроможності фахівців на світовому ринку праці. Сучасні тенденції забезпечення якості підготовки фахівців: проблеми та шляхи їх в умовах глобалізації та євроекономічної інтеграції : монографія / за заг. ред. В. В. Іванишин. Херсон: Олді+, 2022. 422 с. ISBN 978-966-289-635-0.
2. Біляковська, О. О. (2023). Професійна підготовка майбутніх учителів в умовах цифровізації освіти. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*, (210), 10- 14..
3. Бондаренко В. І. (2015). Критерії, показники та рівні сформованості професійного іміджу майбутніх учителів технологій. *Педагогічні науки: реалії та перспективи*, 52. 32–39.
4. Бондаренко В. І. (2015). Культура формування іміджу майбутнього вчителя технологій у навчально-виховному процесі вищого навчального закладу. *Духовність особистості : методологія, теорія і практика,* Вип. 6. С. 25-32.
5. Бурцева Ю. В. (2022). Формування професійного іміджу майбутнього викладача як складова його професійної підготовки. Education and science of today: intersectoral issues and development of sciences, С. 206-208.
6. Горицька, О. (2023) Позитивний імідж викладача як показник його педагогічної майстерності. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету*. Вип. 38, С.196-202
7. Горовенко О. А. (2013). Формування особистісно-професійного іміджу вчителя загальноосвітнього навчального закладу засобами самопрезентації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.04. Переяслав-Хмельницький, 21 с.
8. Довга Т. Я. (2014). Імідж сучасного вчителя: навчально-методичний посібник. Кіровоград : ПП «Ексклюзив-Систем», 144 с.
9. Євтушенко Г. В. (2016). Імідж сучасного викладача: сутність та особливості формування. *Глобальні та національні проблеми економіки*, №11. С. 630-634.
10. Кайданова, Л. (2009). Професій-на компетентність та імідж сучасно-го викладача. *Гуманітарній вісник*,17, 24–29.
11. КононенкоА. О. (2005). Психологічна характеристика індивідуального іміджу сучасного педагога. *Наука і освіта*. 5-6. С. 76-77.
12. Курбанова М.Ш. (2024). Формування професійного іміджу майбутнього фахівця освітніх, педагогічних науку закладах вищої освіти: комунікативний аспект . *Імідж сучасного педагога*. №2(15) С.137-143 DOI:
13. Мармаза, О. (2013). Імідж як спосіб професійної соціалізації керівника навчального закладу. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*, 33, 263–269.

14. Мартиненко С. М. (2009). Система підготовки вчителя початкових класів до діагностичної діяльності : дис. … доктора пед. наук : 13.00.04 / Мартиненко Світлана Миколаївна. К. 499 с.
15. Марченко В. С. (2016). Формування професійного іміджу сучасного вчителя. *Наука і освіта.* 2016. 1. С. 120–125.
16. Мачинська Н.І. (2013). Психологічна компетентність – необхідна складова професійної компетентності майбутнього фахівця. *Інженерні та освітні технології в електротехнічних і комп'ютерних системах*, Вип. 1. С. 123-128.
17. Ніколаєску І. О. (2011). Розвиток професійного іміджу соціального педагога в післядипломній освіті : дис. канд. пед. наук : 13.00.04. Черкаси, 2011. 195с
18. Палеха Ю. І. (2005). Іміджологія: навч. посібник / за заг. ред.З. І. Тимошенко. К.: Вид-во Європ. ун-ту, 324 с.
19. Пінчук Н.Я. (2024). Вплив емоційного інтелекту на ефективність формування іміджу майбутнього менеджера освіти в процесі професійної підготовки. *Гірська школа Українських Карпат*. 31. 106-112.
20. Пінчук Н.Я., Червінська І.Б., Атаманюк Я.Д. (2023). Професійний імідж менеджера освіти як психолого-педагогічний феномен та предмет наукових студій. *Освітні обрії.* 2023. 57(2). 43-59.
21. Червінська І.Б. Пінчук Н. Я. (2025). Складові професійного іміджу майбутнього менеджера освіти. *Проблеми освіти*. 2 (103). 393-410.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Червінська І.Б., Пінчук Н.Я. PRO-імідж менеджера освіти: навчально-методичний посібник для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти. Івано-Франківськ: НАІР, 2026. 60 с.