**БРЕНДИНГ ПЕДАГОГА-ПСИХОЛОГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ**

Н.Н.Кондрашева

Муниципальное бюджетное образовательное учреждение Центр психолого-педагогической, медицинской и социальной помощи «Сопровождение», директор.

*Аннотация:* в статье рассмотрено понятие «брендинг» с точки зрения педагогической науки. Брендинг педагога связывается с процессом становления личности педагога – психолога. В статье рассматриваются субъектные качества педагога-психолога: активность, субъектная позиция, индивидуальность.

*Ключевые слова:* брендинг, субъектность, персональный бренд, субъектная позиция.

Стремительные социально-экономические изменения, происходящие сегодня в мире, так или иначе, отражаются на развитии сферы образования. Сегодня в педагогической среде все чаще звучат такие не характерные для нее понятия, как «образовательные услуги», «рынок образования», «производитель образовательных услуг», «потребитель образовательных услуг», «система сбыта образовательных услуг». Эти изменения рождают новые технологии в образовании. Одной из таких технологий является технология брендинга. Процесс брендинга способствует эффективному структурированию своей профессиональной деятельности: это практический инструмент, помогающий осуществить свой профессиональный рост и систематизировать свои знания и умения. Субъект, как индивид, обладающий самосознанием, познает конкретные проявления мира культуры, такие как орудия деятельности, язык, нормы нравственности, ценностные оценки. Бренд педагога-психолога – это образ, олицетворяющий личностные и профессиональные достижения.

Педагог-психолог в системе профессиональной деятельности становится носителем субъектных качеств, так как: осознает смысл и цели образовательной деятельности в современной школе; имеет собственную субъектную позицию; наделен видением индивидуальных способностей учеников и умением выстраивать обучение в соответствии с этими способностями; умеет организовать процесс качественных образовательных изменений ученика; способен к личностному творческому росту, рефлексивной деятельности.

Профессионализм педагога-психолога во многом обусловлен объективными и субъективными детерминантами его развития. Профессионализм проявляется в творческой активности, способности удовлетворять возрастающие требования в соответствующей сфере деятельности. Движущей силой и источником профессионального развития педагога – психолога является потребность в самоизменении и самосовершенствовании.

По разделяемому нами мнению О.Ю. Рогачевой, брендинг определяется сочетанием трех ключевых компонентов:

- отличительность: педагог-психолог всегда должен иметь собственную точку зрения;

- значимость: то, что педагог-психолог несет, является близким и важным для учащихся;

- последовательность: обучающиеся обретают веру в себя, в отношения понимания, выбирают последовательность действий для установления доверия.

Определенные качества характеризуют тенденцию развития брендинга педагога-психолога: открытость для освоения нового; уверенность в социальных контактах; интегративный способ мышления при выработке оптимальных моделей профессиональной деятельности; способность к объективной самооценке своего профессионального поведении; высокая мотивация достижений в труде; постоянная включенность в процесс принятия решений; предвидение; проницательность; личностные притязания, саморегуляция и другие важные качества.

Анализ педагогической практики показал, что знания по созданию собственного бренда и умения участвовать в конкурентоспособных отношениях еще не стали важной составляющей профессиональной культуры педагогов-психологов и корпоративной культуры учреждений образования. Педагоги-психологи соотносят брендинг с идеей конкурентоспособности, которая вызывает у них настороженность.

Включенность педагога-психолога в процесс развития брендинга предполагает способность строить и реализовывать индивидуальную стратегию своего развития, конструктивный выход из кризисов и конфликтов, когда все препятствия на жизненном пути рассматриваются как незначительные помехи и становятся менее важны, чем достижение уровней акме и осознание значимости своего вклада в деятельность .

Таким образом, брендинг – это качественная характеристика общей направленности личности, ориентирующая на профессиональное развитие и саморазвитие, на максимальную творческую самореализацию как в профессиональной сфере, так и в жизнедеятельности в целом.

**Литература:**

1.Абдалина, Л. Профессионализм педагога: компоненты, критерии оценки / Л. Абдалина, И. Бережная // Высшее образование в России. – 2008. –№ 10.– С.146-148.

2. Петровский, А.В. Развитие личности и проблема ведущей деятельности / А.В. Петровский // Вопросы психологии. - 1987. - №1. - С. 15-26., с. 19.

3. Волкова, Е.Н. Субъектность педагога: теория и практика: автореф. дис. док. психол. наук : 19.00.07 / Е.Н. Волкова.– Москва, 1998. –38 с.

4.Савина Н. В. Брендинг как педагогическая технология / Н. В. Савина // Педагогическое мастерство и педагогические технологии : материалы VIII Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 17 июля 2016 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. — № 2 (8). — С. 69–70. — ISSN 2411-9679.