

**Методический семинар на тему:
«Профессиональная репутация учителя»**

Цель: Изучить факторы, влияющие на профессиональную репутацию учителя и способы её создания.

- Задачи:**
1. Изучить понятие «репутация» и факторы с ней связанные
 2. Оценить влияние внешних и внутренних факторов на создание профессиональной репутации
 3. Задать траекторию саморазвитию учителя и формированию его профессиональной репутации

Ресурсы: ватман, маркеры, тексты, онлайн тест в гугл-форме

Ход семинара

1. Вызов.

- Обозначение цели и задач семинара, рассказать участникам о целях, задачах
- Проведение диагностического теста на выявление знания и понимания темы семинара. Участникам предлагается тест на время в онлайн гугл форме, состоящий из 5 вопросов, на которые нужно ответить. После ответа на все вопросы теста, нужно проанализировать сводную диаграмму ответов всех участников, проанализировать ответы с максимальным и минимальным количеством ответов. Затем уже предложить тест с правильными ответами, от которых нужно отталкиваться в дальнейшей работе семинара.

Тест

«Что такое репутация»

1. Понятия «репутация» и «заслуги» адекватны и синонимичны друг другу?
 - а) полностью и абсолютно
 - б) **это разные понятия**
 - в) не в полной мере
 - г) одно дополняет другое
2. Можно ли утверждать, что репутация – это часть имиджа?
 - а) **это абсолютно точно**
 - б) только частично
 - в) это разные понятия
 - г) это слова-синонимы
3. Можно ли считать, что репутация – это инвестиция, в которую человек должен вкладываться?
 - а) **это однозначно так**
 - б) как в него можно что то вложить, если это неизмеримое понятие
 - в) нельзя так считать
 - г) это невыгодно
4. Репутация – это абсолютное или относительное понятие?
 - а) и абсолютное и относительное понятие одновременно
 - б) абсолютное понятие
 - в) **относительное понятие**
 - г) неизменное понятие
5. Репутация – это динамичное или статичное понятие?
 - а) **репутация динамична**
 - б) репутация статична
 - в) этого нельзя сказать точно
 - г) требует уточнения

2. Осмысление.

Работа с текстом и поиск правильных ответов на вопросы теста. Участникам предлагается прочитать текст о репутации и имидже и обратить внимание на выделенные фрагменты, в которых содержатся ответы на вопросы теста. Читая текст, участники заполняют кластер. После чтения он должен получиться примерно таким:



Репутация и имидж

В литературе не существует общепринятого определения понятия репутации. Часто складывается впечатление, что репутация и имидж — это одно и то же. Поэтому вначале следует разграничить эти два понятия. Отметим, что выявить различие между репутацией и имиджем весьма непросто. Тема взаимосвязи этих понятий нередко поднимается в научных работах по социологии, теории коммуникаций, психологии и этике, экономике, причем у каждого автора зачастую возникают свои собственные трактовки и определения этих «общезвестных» понятий. В психологии репутация часто связывается с понятием имиджа и порой подразумевает одно и то же, четкой границы между ними не проводится. Поэтому соотношение понятий в теории в целом остается неясным, но очевидно их взаимовлияние.

В экономической литературе, особенно посвященной проблемам конкурентоспособности, чаще используется понятие имидж. Широко используется этот термин также в маркетинге, где имидж определяется совокупностью мнений потребителя, относящихся к данной марке товара. Это во многом эмоциональное восприятие, причем у каждого человека формируется свой имидж объекта вследствие индивидуального опыта взаимодействия. Имидж часто создается искусственно самой организацией с помощью современных технологий.

Рассмотрим соотношение понятий репутации и имиджа в социокультурном аспекте. *Репутация «(от лат. «reputation») создавшееся общее мнение о качестве, достоинствах и недостатках чего-либо, кого-либо».* Имидж «(от лат.image) - целенаправленно формируемый образ, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т.д.» Таким образом, оба термина - и репутация, и имидж - латинского происхождения, однако уместно заметить, что они употребляются практически во всех языках без орографического изменения. В русском языке «репутация», безусловно, имеет положительный оттенок, только если не дополняется уточняющими определениями: например, «испорченная репутация».

Репутация связана с престижем, с качественными характеристиками человека, организации, с тем, как его/ее (например, учителя или школу) воспринимают окружающие (целевая группа, общественность в целом). Имидж - это то, что человек или организация думает о себе, как он/она хочет представить себя окружающим, по сути — это желаемое или предполагаемое мнение/впечатление. Имидж трактуется как средство представления себя, как впечатление, которое хотят произвести на других людей. Репутация же - это обратная связь или реакция на желаемый или созданный имидж. Она отвечает на вопрос, как общество (в первую очередь, целевые группы) воспринимают имидж, который субъект сам создал, то есть суммарное восприятие многими созданного имиджа. В самом общем виде, репутацию определяют как «форму признания, форму почета и уважения». Она отражает общественное мнение, которое складывается о личности, организации.

Понятие репутации издавна существовало в человеческом обществе. В традиционном обществе, если действия человека соответствуют ожиданиям окружающих, с их стороны возникает доверие. Доверие в свою очередь порождает репутацию человека. Репутация может возникать и в

окружающей среды, не знакомых с субъектом лично, вследствие распространения информации через сети, сообщества, социальные связи.

Можно выделить следующие характеристики репутации: нематериальность, двусторонность процесса восприятия (наличие субъекта и объекта действия), комплексность, привязанность к действиям субъекта. Будучи нематериальным активом, репутация может быть преобразована в материальный (денежный) актив. Репутация формируется в течение достаточно долгого времени, поддерживается на определенном уровне, может иметь свои «взлеты и падения». Можно определять репутацию как нематериальный актив человека или института, формируемый в течение длительного времени с целью воздействия на целевую аудиторию и который в конечном итоге может быть преобразован в денежное выражение. Репутация - это «ресурс, в который люди инвестируют, зная, что в дальнейшем они получат с этого результат или доход».

Традиционно репутация формируется комплексно, то есть при ее оценке выносят суждение о целом ряде параметров. Например, для человека такими параметрами являются отношения с разными кругами лиц, морально-нравственный аспект, социальность и социализация, гражданская позиция, определенные поступки и действия и др.

В таблице приведен ряд качественных параметров, которые дают возможность провести сравнительный анализ понятий репутация и имидж.

Репутация и имидж: качественные параметры

Параметры	Репутация	Имидж
время формирования	длительное (устойчивое мнение)	может быть коротким
сложность формирования	вне зависимости от цели формируется долго, разными способами и приёмами	задается целью, существует возможность создания быстрого искусственного имиджа довольно простыми, иногда популистскими средствами
степень воздействия на целевую аудиторию и связанные с этим задачи	Сильная. Внимание людей устойчивое, задачи воздействия легко с доверием выполняются.	Одномоментная: привлекает новых людей, но для их удержания нужны более сильные инструменты.
взаимодействие с целевой аудиторией	Стратегическое: комплексная, сложная задача, растянутая во времени для определенной группы заинтересованных лиц	тактическое: направлено на взаимодействие с людьми в определенный момент времени
основа формирования	конкретные показатели, достоверные сведения	эмоциональное восприятие, впечатление

Подводим итог, что проделанная на данном этапе работа позволила нам в какой то степени решить 1 задачу нашего семинара.

3.Размышление

1. Обсуждение вопроса **«Как мы создаем свою профессиональную репутацию?»**. Сбор списка идей. На данном этапе могут быть собраны все идеи, только все ли они будут относится к репутации. После сбора идей их нужно рассмотреть при помощи параметров из таблицы т.е. сделать категориальный обзор, и рассмотреть на предмет того, относятся ли они к репутации или же к имиджу. После как категориальный обзор будет проведен, нужно подсчитать каких идей больше и сделать вывод о том, над чем же мы фактически работаем, над созданием репутации или имиджа, чем мы на самом деле занимаемся. Результаты могут быть неожиданными.

2. Проведем SWOT анализ по вопросу: **«Процесс создания моей профессиональной репутации»**

Strengths (сильные стороны) (как я умею это делать и что хорошо у меня получается)	Opportunities (возможности) (что я мог(ла) бы сделать, но пока не делаю по каким то причинам)

Weaknesses (слабые стороны) (что мне не удается сделать, не получается)	Threats (угрозы) (что угрожает моей профессиональной репутации)

Таблица заполняется коллективно т.к. на данном этапе важен процесс сбора коллективных идей, которые в будущем послужат руководством к действию, к профессиональному развитию.

Обсуждая таблицу важно сделать акцент, что сейчас мы решили 2 задачу нашего семинара – оценили влияние внешних и внутренних факторов на создание профессиональной репутации

4. Рассмотрение примеров положительной и отрицательной репутации.

Участникам предлагается в таблице список устойчивых выражений, описывающих репутацию. Нужно в этом списке отметить, что из перечисленного является примером положительной репутации, а что отрицательной, а также интерпретировать каждое выражение.

Выражение	Какая это репутация?	Какой смысл имеет данное выражение?
<i>Профессиональная репутация</i>		
<i>Подмоченная репутация</i>		
<i>Хорошая репутация</i>		
<i>“Его репутация не позволит ему...”</i>		
<i>“Куда она с такой репутацией лезет?”</i>		
<i>У нее дурная репутация</i>		
<i>“Он потерял свою репутацию хорошего человека”</i>		
<i>Безупречная репутация</i>		
<i>Если люди подозревают, что вы что то скрываете, значит, у вас такая репутация.</i>		

5. Обсуждение траектории формирования профессиональной репутации и саморазвития учителей. Обсуждение вопроса: “Над чем предстоит работать учителям в нашем коллективе, чтобы укрепить свою профессиональную репутацию и репутацию нашей школы?”. Нужно назвать 5 самых важных моментов и наметить пути их достижения.

Над чем предстоит работать?	Как этого достичь?
1	
2	
3	
4	
5	

Обсуждая таблицу важно сделать акцент, что сейчас мы решили 3 задачу нашего семинара - наметили траекторию саморазвития учителей школы и формирования их профессиональной репутации.

6. Подведение итогов. Завершение работы.