

**КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ
«ЛЬВІВСЬКИЙ ОБЛАСНИЙ ІНСТИТУТ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ
ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ»**

Кафедра суспільствознавчої освіти

**Освітня програма підвищення кваліфікації керівників гуртків
закладів загальної середньої освіти та позашкільної освіти
«Створення бренду гуртка: креативні способи залучення та мотивації
здобувачів освіти до гурткової роботи»**

Програма підвищення кваліфікації розглянута і рекомендована
до затвердження на засіданні кафедри суспільствознавчої освіти
(протокол № 5 від 15 травня 2026 р.)

Завідувачка кафедри

Галина СОХАНЬ

Програма підвищення кваліфікації затверджена науково-методичною радою
(Протокол №4 від 04 червня 2026 р.)

Голова науково-методичної ради

Павло ХОБЗЕЙ

I. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ

Розробники: доцент кафедри суспільствознавчої освіти, кандидат історичних наук Суховерська Ірина Іванівна, завідувач кафедри суспільствознавчої освіти, кандидат філологічних наук Сохань Галина Степанівна.

Напрямок підвищення кваліфікації: використання інформаційно-комунікативних та цифрових технологій в освітньому процесі, включаючи електронне навчання, інформаційну та кібернетичну безпеку.

Термін дії програми: з 01.07.2026 до 01.07.2031 року.

Рецензенти:

Лоїк Галина Богданівна, завідувач кафедри освітньої політики КЗ ЛОР «Львівський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти», кандидат педагогічних наук.

Монастирська Ірина Олександрівна, директор Будинку учнівської творчості м.Трускавець.

2. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Актуальність реалізації програми обумовлена необхідністю підвищення фахового рівня керівників гуртків щодо позиціонування власного об'єднання в освітньому просторі та впровадження креативних стратегій залучення учнів на засадах партнерської взаємодії; а також у всебічній підготовці педагогічних працівників до роботи в очному та дистанційному форматах із використанням брендингових технологій для побудови безпечного, відкритого та інклюзивного виховного середовища.

Цільова група: керівники гуртків.

Обсяг: 30 годин.

Форма навчання: очна, очно-дистанційна.

Мета: науково-методичний супровід професійного розвитку керівників гуртків у створенні власного освітнього бренду та реалізації креативних підходів до залучення й мотивації здобувачів освіти до гурткової діяльності.

Завдання:

- забезпечити розуміння сутності, структури та актуальності формування персонального бренду керівника гуртка як інструменту підвищення престижу гурткової діяльності;
- сприяти опануванню практичними інструментами маркетингу, айдентики та SMM-технологій для ефективного позиціонування гуртка в інформаційному просторі;
- сформувати вміння розробляти та впроваджувати креативні освітні формати (гейміфікація, сторітелінг, квести, проєктні технології) для залучення й утримання стійкої мотивації здобувачів освіти;
- розвинути лідерські якості педагога, його креативне мислення, навички самопрезентації та ефективної комунікації з вихованцями та їхніми батьками.

Перелік компетентностей, що вдосконалюватимуться/набуватимуться:

- емоційно-етична;
- мовно-комунікативна;
- інформаційно-комунікаційна;
- цифрова компетентність;
- інформаційно-цифрова компетентність.

Очікувані результати:

Унаслідок проходження курсів підвищення кваліфікації за цією програмою здобувач освіти:

- розуміє основи брендингу в контексті позашкільної освіти;
- уміє створити впізнаваний візуальний образ гуртка (логотип, кольорова гама, гасло);
- застосовує принципи цифрового маркетингу для популяризації гурткової діяльності;
- використовує сучасні цифрові платформи та сервіси для презентації діяльності гуртка;
- формує стратегію залучення та мотивації учнів до позашкільної діяльності на основі брендування гуртка.

Контроль за знаннями здобувачів освіти проводиться послідовно й систематично: на практичних заняттях – індивідуальне та фронтальне опитування, виконання самостійної роботи; на лекціях – експрес-контроль, що передбачає постановку конкретних питань з теми.

Оцінювання розглядається як засіб одержання зворотної інформації про результативність підвищення кваліфікації та внесення коректив у методику роботи із здобувачами освіти. Програмою передбачено виконання різних видів робіт: вхідне опитування; творче завдання; участь у круглому столі; рефлексія.

Критерії оцінювання. Результати навчання здобувачів освіти оцінюються за шкалою «зараховано/не зараховано». Підставою для успішного зарахування є комплексне виконання програми КПК, зокрема активна участь на заняттях, а також виконання самостійної роботи, яка зараховується за умови виконання не менше 70% навчального матеріалу: розміщення самостійної роботи в Moodle, її відповідність завданням програми, дотриманням правил академічної доброчесності, а також її успішна презентація.

Особливості реалізації програми. Реалізація програми передбачає навчання слухачів як у дистанційному, так і в очному форматі. Навчальні заняття у синхронному режимі проводяться з використанням ZOOM, Moodle. Програмою передбачено виконання самостійної роботи. Велику увагу в програмі приділено безпосередній комунікації здобувачів освіти один з одним та обміну досвідом кращих практик реалізації сучасних підходів до організації гурткової роботи.

Документ, що видається за результатами підвищення кваліфікації: сертифікат видається відповідно до кількості прослуханих годин, за умови не менше 50 % від загальної кількості.

Вартість (у разі встановлення): безоплатний характер надання освітньої послуги для здобувачів освіти курсів підвищення кваліфікації за регіональним замовленням місцевих органів управління освітою, платна форма навчання згідно з кошторисом для всіх інших категорій.

3. НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

Назви тем	Кількість годин			
	Усього	Лекції	Практичні	Самостійна робота
Інтеграційно-мотиваційне заняття. Реєстрація учасників (вхідне опитування). Знайомство з програмою. Формування очікувань учасників.	1		1	
Модуль 1. Суть бренду в освіті: цінності, репутація, впізнаваність.	3	2	1	
Тема 1. Бренд у сучасній освіті: поняття та значення. Цінності бренду гуртка.		1		
Тема 2. Репутація як стратегічний ресурс. Впізнаваність бренду		1	1	
Модуль 2. Соціальні мережі як середовище гурткової активності.	4	2	2	
Тема 1. Роль соціальних мереж у розвитку освітнього бренду гуртка.	2	1	1	
Тема 2.	2	1	1	
Модуль 3. Побудова довіри та відкритої комунікації з батьками.	4	4		
Тема 1. Комунікація педагогів та батьків у віртуальному просторі: цінності та проблеми цифрової безпеки.		4		
Модуль 4. Практикум: створення бренду свого гуртка.	4		4	
Тема 1. Як показати свій гурток світові?			4	
Круглий стіл.	6		6	
Творче завдання.	6			6
Вихідне діагностування, рефлексія, тести.	2		2	
Всього годин:	30	8	16	6

4. ЗМІСТ ПРОГРАМИ

Інтеграційно-мотиваційне заняття

Час за робочою навчальною програмою – 1 година

Тема 1. Реєстрація учасників (вхідне опитування). Ознайомлення з програмою навчання. Формування очікувань учасників (практичне, 1 година)

Модуль 1. Суть бренду в освіті: цінності, репутація, впізнаваність

Час за робочою навчальною програмою – 3 години

Тема 1. Бренд у сучасній освіті: поняття та значення. Цінності бренду **гуртка** (лекція, 1 година)

План лекційного заняття

1. Освітній бренд як інструмент формування довіри.
2. Емоційний та раціональний аспекти бренду.
3. Як визначити місію та візію гуртка?
4. Роль цінностей у мотивації та залученні здобувачів освіти.

Тема 2. Репутація як стратегічний ресурс. Впізнаваність бренду (лекція, 1 година, практичне заняття, 2 години)

План лекційного заняття

1. Імідж педагога і гуртка: від особистісного стилю до колективної культури.
2. Фактори формування позитивної репутації.
3. Управління довірою та репутаційними ризиками.

План практичного заняття

4. Створення візуальної айдентики (логотип, кольори, символи).
5. Створення афіш та промовідео.

Модуль 2. Соціальні мережі як середовище гурткової активності Час за робочою навчальною програмою – 4 години

Тема 1. Роль соціальних мереж у розвитку освітнього бренду гуртка (лекція – 1 година, практичне – 1 година).

План лекційного заняття

1. Соціальні мережі як канал комунікації з учнями та батьками.
2. Тенденції розвитку освітнього контенту в цифровому середовищі.
3. Вибір оптимальних платформ (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube,) для популяризації гурткової діяльності.

План практичного заняття

4. Практикум: «Гурток у соціальних мережах»:
 - Розробка та оформлення сторінки гуртка в обраній соціальній мережі.
 - Підготовка серії дописів для популяризації бренду гуртка.

Тема 2. Алгоритми залучення здобувачів освіти через соцмережі

(лекція – 1 година, практичне – 1 година).

План лекційного заняття

1. Спілкування у соціальних мережах як психолого-педагогічне явище.
2. Особливості комунікації з різними віковими категоріями.

План практичного заняття

3. Створення постів із високим рівнем взаємодії (challenge, опитування, вікторини, інтерактиви).
4. Використання reels, shorts, stories для швидкого охоплення аудиторії.
5. Формування календаря публікацій гуртка.

Модуль 3. Побудова довіри та відкритої комунікації з батьками

Час за робочою навчальною програмою – 4 години

Тема 1. Комунікація педагогів та батьків у віртуальному просторі: цінності та проблеми цифрової безпеки

(лекційне, 4 години)

План лекційного заняття

1. Спілкування з батьками у цифровому просторі: основні форми комунікації
2. Уявлення про цифрову безпеку та кіберзагрози.
3. Формальне та неформальне спілкування батьків та педагогів у віртуальному просторі: правила та кордони.

Модуль 4. Практикум: створення бренду свого гуртка

Час за робочою навчальною програмою – 4 години

Тема 1. Як показати свій гурток світові? (практичне, 4 години)

План практичного заняття

1. Хто ми і що робить наш гурток унікальним?
2. Які цінності й ідеї ми хочемо донести через бренд?
3. Як візуально та мовно представити наш гурток (назва, логотип, слоган, стиль комунікації)?
4. Яким чином ми можемо популяризувати свій гурток і зробити його впізнаваним для дітей, батьків та громади?

Творче завдання. Самостійна робота: «Розробіть цілісний бренд свого гуртка та представте його у вигляді «бренд-папки» (6 годин), яка має включати:

1. Назву та слоган гуртка (короткі, запам'ятовувані, такі, що відображають його ідею).
2. Опис гуртка (5–7 речень): у чому його унікальність, які цінності він несе, для кого призначений.
3. Візуальний образ: ескіз логотипа (на папері чи в графічному редакторі) +

опис, чому обрані такі кольори й символи.

4. Продукт для популяризації гуртка: приклад поста/афіші/візитки, який можна використати для соцмереж чи шкільної дошки оголошень.

Круглий стіл «Гурток як бренд: як перетворити позашкільну діяльність на магніт для молоді» (6 годин)

Вихідне діагностування, рефлексія, тести (практичне, 2 години)

5. ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

- Які ключові компоненти та етапи розробки персонального бренду керівника гуртка є першочерговими?
- Як візуальна ідентичність (логотип, слоган, фірмові кольори) впливає на впізнаваність гуртка серед батьків та дітей?
- У чому полягає філософія та специфіка маркетингу у сфері позашкільної освіти?
- Які практичні інструменти SMM (соціального медіамаркетингу) керівник гуртка може застосувати для просування своєї діяльності у Facebook, Instagram та TikTok?
- Як вимоги Професійного стандарту керівника гуртка відображають необхідність розвитку його маркетингової та цифрової компетентностей?
- Що таке унікальна цільова пропозиція (УЦП) гуртка і як вона допомагає витримати конкуренцію на ринку освітніх послуг?
- Наведіть приклади бар'єрів, що виникають під час набору дітей до гуртка, та назвіть способи їх подолання.
- Яким чином авторитет та репутація бренду педагога впливають на збереження контингенту вихованців протягом навчального року?
- Як інструменти штучного інтелекту можуть допомогти керівнику гуртка у швидкому створенні якісного текстового та візуального промо-контенту?
- Які онлайн-застосунки є найбільш ефективними для розробки яскравих інтерактивних афіш, буклетів та відеовізитівок гуртка?
- Опишіть алгоритм застосування технології сторітелінгу для залучення нових здобувачів освіти до гурткової роботи.
- У чому полягають особливості використання гейміфікації для підвищення внутрішньої мотивації до навчання у вихованців різних вікових груп?

6. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Малинка, О. Я., & Устенко, А. О. (2014). *Управління брендом в системі маркетингу*. Фоліант.
2. Яцишин, А. В. (2018). *Маркетинг освітніх послуг: теорія і практика*. НАПН України.
3. Роулз, Д. (2022). *Цифровий брендинг. Детальна покрокова інструкція зі стратегії, тактики, інструментів та вимірювань*. Видавнича група КМ-Букс.
4. Саленбахер, Ю. (2021). *PRObusiness: Креативний особистий брендинг*. Видавництво Старого Лева.
5. Годін, С. (2020). *Фіолетова корова: виділіться з натовпу* (пер. з англ.). Видавнича група КМ-Букс.
6. Колоро. (2024). *Маркетинг і брендинг освітніх послуг*. <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/marketing-i-brending-obrazovatelnych-uslug.html>
7. Інноваційне освітнє середовище як інструмент брендингу. (2023). *Маркетинг і цифрові технології*, 7(1). <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/291>