

**Превью магистерской диссертации на тему:  
«Развитие цифрового имиджа преподавателя профессиональных  
образовательных организаций»**

<b><i>Исследуемая научная проблема</i></b>	оценить потребность преподавателей профессионального образования Ярославской области в формировании своего цифрового имиджа		
<b><i>Актуальность проблемы</i></b>			
в исследовании процессов формирования цифрового имиджа преподавателями среднего профессионального образования как важных рыночно-ориентированных субъектов среднего профессионального образования			
<b><i>Степень разработанности проблемы</i></b>			
<p>данные вопросы получили разработку в научных исследованиях И. Герчиковой, С. Гревича, Д. Доти, Б. Джи, Е. Блажнова, Т. Ахтямова, В. Шкадрун и других авторов. Теоретико-методологическую основу исследования составляют: концепции, теории социальной психологии, которые представлены на различных уровнях:</p> <p>А) концептуально-методологическом:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- концепции методологии имиджа (В.В.Волкова, А.А. Деркач, Е.П. Костенко, А.Ю. Панасюк, Е.Б. Перелыгина, Е.А. Петрова, Г.Г. Почепцов, Черёмушников И.К. и др.);</li> <li>- теории социального познания (Г.М. Андреева, С. Московичи и др.);</li> <li>- теории субъектов социального познания (Б.Г. Ананьев, А.А. Бодалев, В.В. Знаков, А.Н. Леонтьев, Д.А. Леонтьев, В.Н. Панферов)</li> <li>- субъектно-деятельностная теория (К.А. Абульханова, А.В. Брушлинский, В.В. Знаков С.Л. Рубинштейн.);</li> </ul> <p>Б) концепции имиджа различных профессионалов (А.А. Калюжный, В.М. Шепель, В.С. Яндарова и др.).</p> <p>В) исследования на эмпирически-прикладном уровне (Ананьев С.Е., Д.А. Горбаткин, О.П. Горбушина, Давыдов Д.Г., Довжик Г.В., Донская Л.Ю., Емельянова Е.В., О.О.Елисеева, Жеребненко О.А., Т.И.Клочкова, Е.И.Манякина, Т.Н.Матвеева, Отц Е.В., И.А.Федоров, Фурс Р.Ф., Чертыкова И.П., Шкурко Н.М., Яндарова С.В. и др</p>			
<b><i>Цель исследования</i></b>	<b><i>Задачи исследования</i></b>		
оценить потребность преподавателей системы среднего профессионального образования в формировании своего цифрового имиджа	1. Провести теоретический анализ разработанности проблемы имиджа личности в социальной психологии.		
	2. Выявить основы социально-психологических особенностей имиджа преподавателя		
	3. В ходе эмпирического исследования выявить социально-психологические особенности имиджа преподавателя в представлениях у студентов колледжей		
	4. Выявить стратегии формирования цифрового имиджа в социальных сетях.		
	5. Разработать и апробировать программу диагностики и формирования цифрового имиджа преподавателей профессиональных образовательных организаций		
<b><i>Объект исследования</i></b>	<b><i>Предмет исследования</i></b>		
преподаватели как субъекты, непосредственно взаимодействующие с обучающимися, их персональный цифровой имидж играет немаловажную роль в формировании корпоративного имиджа вуза	модель формирования цифрового имиджа преподавателя среднего профессионального образования		
<b><i>Гипотеза исследования</i></b>			

<p>преподаватель профессиональной образовательной организации в большинстве своём осознанно не занимается формированием собственного цифрового имиджа, таковой формируется спонтанно и не всегда нужным образом; колледж целенаправленно не занимается формированием имиджа своих научно-педагогических работников.</p>		
<p><b><i>Значимость исследования</i></b></p>		
<p><b><i>Научная значимость</i></b></p>	<p><b><i>Теоретическая значимость</i></b></p>	<p><b><i>Практическая значимость</i></b></p>
<p>выработан механизм формирования имиджа средствами массовой информации, позволивший создать положительный образ телепередачи.</p>	<p>изучены и обобщены теоретические основания принципов построения взаимодействия со средствами массовой информации; произошло теоретическое осмысление психологических принципов обусловленности и личностного подхода, учета групповых и общественных интересов применимо к формированию имиджа образовательной организации</p>	<p>полученные результаты могут быть использованы в работе над имиджем преподавателей, педагогов различных образовательных организаций, разного уровня и направленности.</p>
<p><b><i>Методология исследования</i></b></p>		<p><b><i>Методы исследования</i></b></p>
<p>1. Индекс нейтральности восприятия и индекс полярности эмоций. метод свободных ассоциаций 2.Метод семантического дифференциала - шкалы классического варианта Ч. Осгуда 3. Шкала PDI (Persuasive Discourse Inventory) Т.С. Фелтхема 4. Методика №4 «Ваш имидж» (модификация О.А.Жеребненко). 5. Методика №5 «Имидж Колледжа в представлении студентов (в модификации Ф.Г. Мухаметзяновой, А.Р. Насыбуллина). 6. Методика №6 «Имидж и взаимодействие» (модификация Перельгиной Е.Б.). 7. Методика №7 «Опросник диагностики интегральной удовлетворенности имиджем» (модификация Е.Б. Перельгиной). 8.Анкета «Экспертная оценка имиджа 9.Авторская методика (в разработке)</p>		<p>методы анализа и сбора необходимой информации, опроса и интервьюирования, дедуктивный метод теоретические (анализ психологической, педагогической, социологической и методической литературы по исследуемой проблеме; моделирование гипотез исследования и проектирование результатов и процессов их достижения на различных этапах магистерской диссертации); эмпирические (психологический эксперимент, включающий констатирующий, формирующий и контрольный этапы; методвключенного наблюдения за динамикой формирования имиджа; опросные метод; изучение документации</p>
<p><b><i>Планируемые результаты исследования</i></b></p>		<p><b><i>Перспективы использования полученных результатов в образовательной практике</i></b></p>
<p>Предположительно с течением времени «пустые» посты постепенно уйдут в прошлое, поскольку каждым из нас всё больше осознаётся ценность времени как невозобновляемого ресурса, и тратить его на «лайки» и их отслеживание – по меньшей мере неразумно. А полезный контент, работающий на профессиональное развитие, личностный рост и повышение эффективности, безусловно,</p>		<p>Польку лицом образовательной организации являются преподаватели как субъекты, непосредственно взаимодействующие с обучающимися, их персональный цифровой имидж играет немаловажную роль в формировании корпоративного имиджа колледжа</p>

останется. И существенную роль в его генерации сыграют преподаватели колледжей	
---	--