



Теорія та методика навчання

УДК 178.35.071.2:159.922:37(043.5)

DOI <https://doi.org/10.5281/zenodo.19226594>

Педагогічний інструментарій формування позитивного полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти

Юник Олеся Олегівна

аспірантка кафедри хорового диригування та теорії і методики музичної освіти,
Український державний університет імені Михайла Драгоманова, вулиця
Пирогова, 9, м. Київ, Україна, 02000, e-mail: o.o.yunyk@gmail.com,
<https://orcid.org/0000-0001-9583-1584>

Прийнято: 16.09.2025 | Опубліковано: 30.09.2025

***Анотація.** Мета статті полягає у розробці педагогічного інструментарію цілеспрямованого формування позитивного полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти у професійній діяльності. Результати аналізу літературних джерел надали змогу довести, що поняття «репутація особистості» вже тривалий час розглядається у працях з політології, юриспруденції, психології, соціології та інших галузей науки, однак досі не ставала об'єктом спеціальних досліджень в педагогіці. У вітчизняній педагогічній науці існують нечисельні напрацювання щодо дослідження поняття «репутація майбутнього викладача закладу вищої освіти» та «репутація закладу вищої освіти», водночас про важливість цілеспрямованого формування позитивного полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти згадується лише мимовільно. В науковій літературі не існує загальноприйнятої структури репутації особистості, відповідно, жодна з розглянутих у статті структур репутації не може бути*



застосована до викладача закладу вищої освіти, тобто структурні компоненти репутації викладача закладу вищої освіти потребували самостійної розробки. Авторкою запропоновано до структурних компонентів репутації викладача закладу вищої освіти віднести мотиваційно-рефлексивний, модально-оцінний та діяльнісно-результативний. **Результати** статті представляють розроблений педагогічний інструментарій цілеспрямованого формування позитивної репутації викладача закладу вищої освіти. **Висновки.** Задля досягнення поставленої мети окреслено основні принципи формування досліджуваного феномену: принцип акмеологічності, індивідуалізації, інтенсифікації, культуротворчого розвитку, гармонізації традиційного та інноваційного. Репутаціювання викладача закладу вищої освіти у професійній діяльності здійснюється в проактивній, реактивній та інтерактивній формах. До провідних **методів** формування досліджуваного феномену віднесено метод сценарного аналізу, репутаційного псевдоінформування та освітнього краудсорсингу.

Ключові слова: репутація, імідж, викладач, інноваційне освітнє середовище, вища освіта, компетентнісний підхід, інтерактивні методи та технології.

Pedagogical toolkit for forming the positive pole of the modality of a university professor's reputation

Olesia Yunyk

Postgraduate Student of the Department of Choral Conducting and Theory and Methods of Music Education, Dragomanov Ukrainian State University, 9 Pyrohova Street, Kyiv, Ukraine, 02000, e-mail: o.o.yunyk@gmail.com,
<https://orcid.org/0000-0001-9583-1584>



Abstract. *The purpose of the article is to develop a pedagogical toolkit for the purposeful formation of the positive pole of the modality of the reputation of a teacher of a higher education institution in professional activity. **The results of the analysis of literary sources** made it possible to prove that the concept of "personal reputation" has long been considered in works on political science, law, psychology, sociology and other fields of science, but has not yet become the object of special research in pedagogy. In domestic pedagogical science, there are few developments in the study of the concepts of "reputation of a future teacher of a higher education institution" and "reputation of a higher education institution", while the importance of purposeful formation of the positive pole of the modality of the reputation of a teacher of a higher education institution is mentioned only involuntarily. There is no generally accepted structure of a person's reputation in the scientific literature, accordingly, none of the reputation structures considered in the article can be applied to a teacher of a higher education institution, that is, the structural components of the reputation of a teacher of a higher education institution required independent development. The author proposes to include motivational-reflective, modal-evaluative and activity-resultative as structural components of the reputation of a teacher of a higher education institution. **The results of the article** represent the developed pedagogical toolkit for the purposeful formation of a positive reputation of a teacher of a higher education institution. **Conclusions.** In order to achieve the set goal, the main principles of the formation of the phenomenon under study are outlined: the principle of acmeology, individualization, intensification, cultural-creative development, harmonization of the traditional and innovative. The reputation of a higher education institution teacher in professional activity is carried out in proactive, reactive and interactive forms. The leading **methods** of forming the studied phenomenon include the method of scenario analysis, reputational pseudo-informing and educational crowdsourcing.*

Keywords: *reputation, image, teacher, innovative educational environment, higher education, competency-based approach, interactive methods and technologies.*



Постановка проблеми. Соціально-динамічні зміни сучасної цивілізації призводять до суттєвого збільшення обсягу інформації та висувають якісно нові вимоги до професійної діяльності викладачів закладів вищої освіти. Залежність означених установ від ринково-економічних детермінант розвитку суспільства активізує потребу в розробці інноваційних технологій формування позитивної репутації як закладів вищої освіти, так і їх фахівців.

Поняття «репутація особистості» вже тривалий час розглядається у працях з політології, юриспруденції, психології, соціології та інших галузей науки. Означене поняття пов'язується з модальною реакцією соціуму на певні дії носія репутації, де враховуються як його переваги над здобутками інших індивідуумів, так і особистісні недоліки. На жаль, ані «репутація закладу вищої освіти», ані «репутація викладача закладу вищої освіти» поки що не стали об'єктом спеціальних досліджень в педагогіці. Натомість, від рівня сформованості й модальності означених понять залежить успішність і ефективність педагогічної діяльності окресленої особистості у вищій школі та поза її межами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній педагогічній науці існують лише нечисельні напрацювання щодо дослідження поняття «репутація особистості». У дисертації Т. Шпоті розглянуто процес формування професійно-метричного реноме (репутації) майбутніх викладачів вищої освіти, зокрема проаналізовано аспекти їх майбутньої професійної та соціальної зайнятості [1]. У статті О. Юник також наголошено на важливості формування репутації майбутнім викладачем закладу вищої освіти, під якою варто розуміти суспільну думку, «... сформовану на основі інформації, отриманої цільовою аудиторією завдяки особистому або опосередкованому знайомству з його здібностями, досягненнями і заслугами, а також негативними особистісними і професійними рисами та якостями, проявленими під час навчання у виші, з чітким полюсом модальності та рівнем сформованості» [2, с. 31].

У наукових роботах дослідників різних галузей науки, спрямованих на



вивчення феноменів «репутація закладу вищої освіти» і «репутація університету», зустрічаються мимовільні згадки про важливість позитивного полюсу модальності репутації у викладачів, який здійснює закономірне «перенесення» такої модальності і на представлені ними заклади освіти [3; 4; 5].

За переконаннями О. Кіндратець, K. Gołata, B. Sojkin та О. Yunyk, «репутація особистості» є близькою до поняття «довіри». Наявність у особистості позитивного полюсу модальності репутації свідчить про впевненість цільової аудиторії в успішному результаті взаємодії з нею, сформовану на основі відповідного (позитивного) попереднього досвіду такої взаємодії, тоді як негативний полюс модальності означеного поняття виступає свідченням впевненості у зворотному, ґрунтуючись не лише на негативних очікуваннях щодо носія репутації, а й на конкретних доказах негативного полюсу модальності його репутації – діях, подіях та фактах [6; 7; 8].

Близьким поняттям до репутації особистості виступає «імідж особистості». Обидва феномени можуть формуватися стихійно (без свідомого впливу носія) або цілеспрямовано. При цьому загальновизнаною є позиція, що стихійно сформована репутація значно складніше піддається коригуванню [9; 10; 11]. З цього приводу І. Сингаївська вказує на важливість впливу професійної успішності та морально-етичних якостей викладача закладу вищої освіти на процес формування іміджу й репутації не лише фахівця вищої школи, а й освітнього закладу, в якому він здійснює професійну діяльність, однак дослідницею не окреслено відмінності між означеними поняттями [12].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.

Недостатня вивченість сутності, структури та специфіки формування позитивної репутації викладача закладу вищої освіти в ринково-економічних умовах сучасності зумовили необхідність самостійної розробки педагогічного інструментарію формування означеного феномену.



Мета статті полягає у розробці педагогічного інструментарію цілеспрямованого формування позитивного полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти у професійній діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Обґрунтування педагогічного інструментарію формування позитивного полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти неможливе без визначення структури досліджуваного феномену. Наразі в науковій літературі не існує загальноприйнятої структури репутації, однак виділяють деякі підходи до її визначення в контексті дослідження корпоративної репутації (репутації підприємства).

Факторний підхід, який досить часто застосовується у економічній науці, передбачає розгляд репутації як синтетичної категорії, яка являє собою сукупність факторів і особливостей об'єкта, що оцінюються різними цільовими аудиторіями у вигляді репутаційного профілю, на якому детально відображається відмінності між реальним та бажаним станом показників репутації [13; 14 та ін.].

Представники комунікативного підходу розглядають ідентичність, імідж та унікальність складовими репутації як особистості, так і підприємства, та стверджують на необхідності розробки єдиної комунікаційної стратегії при здійсненні репутаціювання [2; 4; 7 та ін.].

Вчені соціокультурологічного підходу розглядають репутацію як форму соціального уявлення, що складається з ядра (найстійкіший елемент структури репутації, що містить у собі закладені особистістю фундаментальні цінності, принципи, закономірності поведінки) та периферійної області (мінливий компонент, завдяки якому особа демонструє власні якості, здібності та досягнення, на основі яких і формується суспільна думка про неї) [9; 10 та ін.].

Таким чином, провівши ретельний аналіз наукової літератури, можна стверджувати на тому, що жодна з відомих структур репутації не може бути



застосована до викладача закладу вищої освіти, тобто структурні компоненти репутації викладача закладу вищої освіти потребують самостійної розробки.

Першим до структури репутації викладача закладу вищої освіти доцільно віднести *мотиваційно-рефлексивний* компонент, завдяки якому викладач закладу вищої освіти, як носій репутації, прагнучиме й досягатиме поставлених цілей під час професійної діяльності у вищій школі. Для цілеспрямованого формування позитивної репутації викладача закладу вищої освіти необхідно, аби проміжні цілі були чіткими, послідовними, планомірними, логічними та спрямованими у напрямку до поставленої мети. Підтвердження цієї тези знаходимо у праці Н. Мачинської, яка вказує на важливості врахуванні мотиваційного компонента при формуванні мотиваційної готовності педагогічних працівників до професійного зростання [15].

Комунікація носія репутації із представниками його цільової аудиторії можлива завдяки безпосередній комунікації («один на один»), або, у випадку відсутності такої взаємодії, завдяки двоступеневій теорії комунікації: «викладач – «лідери думок» – цільова аудиторія». Таким чином, «лідери думок» можуть перетворитися у розповсюджувачів певних репутаційних характеристик особи за умови наслідування цільовою аудиторією за нею певних думок, суджень, переконань, відносин, цінностей і т.д. Причинами такого наслідування можуть бути особиста привабливість, комунікабельність, дар переконання, довіра інших членів цільової аудиторії до цієї людини тощо. Оскільки оцінювання цільовою аудиторією носія репутації відбувається завдяки знайомству з викладачем закладу вищої освіти як особистістю, наявними у нього репутаційними перевагами і недоліками відносно колег, це враховано у *модально-оцінному компоненті* структури означеного феномену.

Складові репутації викладача закладу вищої освіти, які підлягають оцінюванню, в окремих країнах можуть мати як схожі, так і відмінні риси. Болонський процес передбачає виконання викладачами не лише педагогічної

діяльності (відповідно до навантаження за індивідуальним планом), а й наукової (кількість і якість публікацій у міжнародних науково-метричних базах). Загальні індикатори визнання наукової репутації у європейських наукових колах визначаються, насамперед, частотою цитування вченого, регулярністю його виступів на наукових конференціях, конгресах тощо [4; 5; 7]. В Україні питання цитування та активної участі у науковому житті (особливо, на міжнародній арені) лише набувають актуальності. Саме тому, необхідно врахувати важливість науково-дослідної роботи викладача закладу вищої освіти при розробці структури його репутації у вигляді її *діяльнісно-результативного компонента*.

Таким чином, до структурних компонентів репутації викладача закладу вищої освіти доцільно віднести: мотиваційно-рефлексивний, модально-оцінний та діяльнісно-результативний, що візуалізовано на рисунку 1 (див. рис. 1).

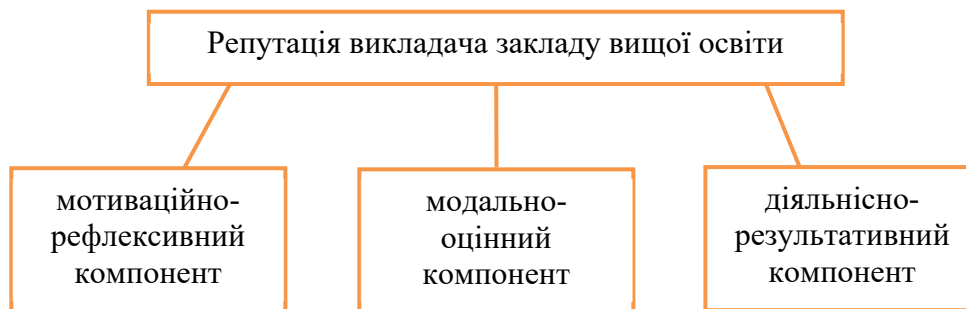


Рисунок 1. Структура репутації викладача закладу вищої освіти

Джерело: власна розробка автора

Основу педагогічного інструментарію цілеспрямованого формування позитивного полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти в інноваційному освітньому середовищі професійної діяльності складають алгоритмічні настанови, для реалізації яких визначаються форми, методи, принципи досліджуваного феномену.

До *принципів* формування репутації викладача закладу вищої освіти з позитивним полюсом модальності доцільно віднести такі:



- принцип акмеологічності полягає у безперервному розвитку та самовдосконаленні носія репутації завдяки його прагненню досягти «акме» як вершини, перш за все у професійній діяльності;
- принцип культуротворчого розвитку полягає у постійному покращенні не лише власних морально-етичних цінностей, репутаційних якостей та професійних компетентностей, а й їх продукування у студентів під час здобуття останніми вищої освіти у закладі вищої освіти;
- принцип гармонізації традиційного та інноваційного передбачає покращення викладачем вишу не лише якості надаваних освітніх послуг в умовах інноваційного освітнього середовища, а й подання навчального матеріалу із врахуванням важливості, пріоритетності та практико-орієнтованості для студентської цільової аудиторії;
- принцип інтенсифікації проявляється у збільшеному «перенесенні» власної позитивної репутації педагога вищої школи на репутацію закладу вищої освіти, в якому він працює, і зворотній варіант – «перенесення» позитивно-модальної репутації вишу на всіх його працівників;
- принцип індивідуалізації виступає елементом відокремлення від колег як носіїв репутації завдяки виокремленню чітких відмінних рис (в т.ч. особистісних, професійних, соціальних тощо) з позитивним полюсом модальності.

Серед *форм* репутаціювання викладача закладу вищої освіти у професійній діяльності доцільно враховувати наступні: проактивну, реактивну та інтерактивну. Перша з форм цілеспрямованого формування позитивного полюсу модальності означеного феномену передбачає побудову позитивної репутації фахівця вищої школи в майбутній професійній діяльності, друга – корекцію наявної негативної репутації під час надання освітньо-наукових послуг. Третя (інтерактивна) форма репутаціювання викладача закладу вищої освіти полягає у комплексному поєднанні двох попередніх форм завдяки здійсненню



корекційних заходів для покращення власної поточної (реальної) репутації з негативним полюсом модальності та побудові у майбутньому репутації з позитивним полюсом модальності.

До *методів* цілеспрямованого формування позитивного полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти доцільно віднести метод сценарного аналізу, освітнього краудсорсингу та репутаційного псевдоінформування. Фахівець вищої школи під час здійснення фахової підготовки здобувачів вищої освіти завдяки застосуванню першого із методів формування досліджуваного феномену (метод сценарного аналізу) здатний здійснити апробацію уявної моделі формування позитивного полюсу модальності власної репутації з невеликою частиною представників цільової аудиторії, тоді як застосування методу освітнього краудсорсингу передбачає спільне вирішення з представниками його цільової аудиторії навчальних завдань. Застосування методу «репутаційного псевдоінформування» полягає у можливості викладача закладу вищої освіти «... переконатись у готовності/неготовності представників цільової аудиторії повірити в спеціально донесену до них третіми особами дезінформацію про вчинок фахівця, який відверто дискредитує його репутацію», тобто цілеспрямовано пересвідчитись у «закріпленості» в свідомості представників цільової аудиторії певних модальних репутаційних характеристик викладача закладу вищої освіти [11, с. 446].

Під час професійної діяльності викладача закладу вищої освіти у контексті формування позитивного полюсу модальності його репутації задля формування стійкої **мотиваційної** установки доцільно дотримуватися наступних алгоритмічних настанов:

- допускати можливість «зміцнення» наявного ступеня сформованості позитивного полюсу модальності у свідомості цільової аудиторії навіть за умови здійснення невеликої кількості репутаційних вчинків/дій;



- сприймати навіть незначну динаміку формування означеного процесу як констатацію докладання власних зусиль та відповідність очікуванням цільової аудиторії;

- формувати власну позитивну репутацію на основі вдалих прикладів репутаціювання колег із відносно вищим ступенем сформованості позитивного полюсу модальності репутації;

- користуватися будь-якою можливістю покращення власної репутації (як полюсу модальності, так і ступеня сформованості) за допомогою демонстрації цільовій аудиторії вже існуючих позитивно сформованих її складових тощо.

Розглядаючи **рефлексію** (як здатність викладача закладу вищої освіти до самоаналізу та самооцінювання успішності процесу формування власної репутації, усвідомлення полюсу її модальності й шляхів удосконалення та/або коригування) в межах мотиваційно-рефлексивного компоненту досліджуваного феномену, доцільно згадати про існування у нього (викладача) не лише реальної (поточної), ідеальної та бажаної репутації, а й дзеркальної репутації. Означений вид репутації фахівця вищої школи проявляється в уявленнях її носія про те, як представники цільової аудиторії оцінюють його реальну (поточну) репутацію. Таким чином, викладачу закладу вищої задля формування стійкої рефлексивної установки у межах формування позитивного полюсу модальності власної репутації слід звернути увагу на такі алгоритмічні настанови:

- власні репутаційні чесноти та вчинки/дії сприймати як результат докладання цілеспрямованих зусиль та поступового прояву власного потенціалу;

- прирівнювати зростання потенціалу до відповідного зростання стану сформованості репутації, що може знайти свій прояв як у вигляді позитивізації полюсу модальності репутації, так і підвищення ступеня сформованості наявного полюсу модальності;

- «робити ставку» на такі власні ресурси (інформаційні, інтелектуальні, лідерські тощо), які є найбільш унікальними та характерними для фахівця вищої



школи.

Розгляд **модально-оцінного компоненту** репутації викладача закладу вищої освіти неможливий без проведення попереднього аудиту полюсу модальності та ступеня його сформованості з обов'язковим урахуванням представників цільової аудиторії. Під цільовою аудиторією викладача закладу вищої освіти слід розуміти групу людей зі спільними потребами, які фахівець здатен задовольнити шляхом надання освітньо-наукових послуг, до її складу доцільно віднести наступних учасників навчального процесу закладу вищої освіти: студентів академічних груп та викладачів-колег. Визначення ступеня обізнаності представників цільової аудиторії про носія репутації вимагає дотримання останнім чітких алгоритмічних настанов:

- за допомогою різних методів дослідження (в т.ч. методу «репутаційного псевдоінформування») визначити обсяг інформації про фахівця вищої школи, яким володіють різні сегменти його цільової аудиторії, а також полюс модальності його репутації та ступінь сформованості означеного полюсу модальності;

- намагатися доносити до представників цільової аудиторії здебільшого нові факти та інформаційні приводи, пов'язані з формуванням позитивного полюсу модальності репутації викладача, а не регулярно нагадувати про минулі, хоч і вдалі «репутаційні перемоги»;

- обрати перевірені канали комунікації («один на один» або за допомогою «лідерів думок») для регулярного інформування представників цільової аудиторії про нові заслуги, вчинки та репутаційні переваги їх носія;

- комунікаційна інформація повинна бути максимально уніфікованою для представників різних сегментів цільової аудиторії, у протилежному випадку вона може стати першопрчиною зникнення довіри до носія репутації;



- регулярно здійснювати пошук нових шляхів осучаснення освітньо-наукової пропозиції та їх поступове впровадження в освітню діяльність вищої школи для того, щоб у кризовий момент мати різні варіанти «виходу із ситуації»;

- уникати прямого асоціативного зв'язку носія репутації із тимчасовими та «ризикованими» медійними особистостями та/або «двоюримими» подіями та/або фактами через можливість зникнення довіри у цільовій аудиторії та, відповідно, псування репутації у її носія тощо.

- демонструвати комплекс взаємопов'язаних позитивних і негативних рис (репутаційних чеснот та переваг) власної репутації;

- презентувати цільовій аудиторії власні репутаційні недоліки, які за кількісними характеристиками та важливістю будуть менш важливими, порівняно з наявними у нього репутаційними чеснотами;

- за умови кількісного збільшення «інформаційних вкидів» про репутаційні недоліки викладача вишу від третіх осіб охоче доповнювати означену інформацію своєю аргументацією, яка пояснює не лише причини виникнення такої інформації, а й причини наявності означених недоліків у педагога.

Наявність **діяльнісно-результативного компоненту** у структурі репутації викладача ЗВО надає змогу сформулювати алгоритмічні настанови, призначені для покращення розуміння цінностей цільової аудиторії та співставлення їх релевантності із репутаційними якостями носія репутації:

- реально оцінювати практичну значущість освітньо-наукових послуг, надаваних носієм репутації, із соціально-економічними та культурно-етичними вимогами сучасності;

- проявляти стратегічність і прогностичність носія репутації до представників цільової аудиторії у вигляді кількісного зростання інформаційного впливу про перспективи появи та вирішення освітньо-наукових завдань;



- прагнути реалізувати цінність освітньо-наукових послуг викладача закладу вищої освіти завдяки отриманню вигоди (раціональної та/або емоційної) цільовою аудиторією із застосуванням мінімальних ресурсних затрат останньої;

- в жодному разі не розглядати цінності та/або вигоди, які б суперечили автентичним конструктам власної репутації фахівця, як пріоритетні;

- мінімізувати у представників цільової аудиторії можливість появи негативних асоціацій про фахівця вишу за суміжністю чи подібністю;

- не дублювати ключові атрибути колег, навіть якщо вони здаються вірнообраними та легкоінтерпретованими для педагога вищої школи.

У межах **діяльнісно-результативного** структурного компоненту досліджуваного феномену доцільно також сформулювати алгоритмічні настанови, призначені для покращення стану сформованості умінь та навичок самопрезентації для носія репутації:

- сприймати інформацію самопрезентаційного характеру як обов'язковий елемент самовираження та самопредставлення для представників цільової аудиторії задля її використання останніми під час прийняття важливих рішень орієнтувально-навчального характеру;

- комплексну презентацію власних репутаційних якостей (переваг та недоліків фахівця) під час навчального процесу здійснювати на прикладі власних вдалих варіантів вирішення проблеми з акцентом на практикоорієнтованість та легкість інтерпретації способів її вирішення представниками цільової аудиторії не лише під час навчання у закладі вищої освіти, а й поза його межами.

Висновки.

1. Репутація викладача закладу вищої освіти є результатом модальної оцінки представниками цільової аудиторії ступеня конгруентності цінностей, вчинків та особистісно-професійних якостей носія репутації домінуючим у суспільстві та/або соціальній групі внаслідок прямої чи опосередкованої комунікативної взаємодії з ним.



2. До структурних компонентів репутації викладача закладу вищої освіти доцільно віднести: мотиваційно-рефлексивний, модально-оцінний та діяльнісно-результативний. Наявність процесуальної та результативної мотиваційної сили у викладача закладу вищої освіти безпосередньо пов'язана із відповідністю його сприйняття цільовою аудиторією та власною самооцінкою і забезпечується мотиваційно-рефлексивним компонентом означеного феномену. Сприймання репутації означеного викладача вишу відбувається завдяки несвідомому виокремленню у цільовій аудиторії полюсу модальності, що здійснюється модально-оцінним компонентом репутації. Результативність застосування навичок та умінь, які викладач закладу вищої освіти застосовує у процесі професійної діяльності, відбувається завдяки функціонуванню діяльнісно-результативного компонента. На розвиток кожного із компонентів структури репутації (мотиваційно-рефлексивний, модально-оцінний та діяльнісно-результативний) спрямовано комплекс алгоритмічних педагогічних настанов цілеспрямованого формування позитивного полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти у професійній діяльності.

3. Основними принципами формування досліджуваного феномену постають: принцип акмеологічності, культуротворчого розвитку, гармонізації традиційного та інноваційного, інтенсифікації, індивідуалізації тощо. Репутаціювання викладача закладу вищої освіти у професійній діяльності здійснюється в проактивній, реактивній та інтерактивній формах. До провідних методів формування досліджуваного феномену відносяться метод сценарного аналізу, репутаційного псевдоінформування та освітнього краудсорсингу.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у розробці критеріально-параметричного базису діагностики стану сформованості репутації викладача закладу вищої освіти.



Список використаних джерел

1. Шпотя Т. В. Формування професійно-метричного реноме майбутніх викладачів вищої освіти : дис. ... д-ра філософії з педагогіки. Київ, 2023. 295 с.
2. Юник О. Ділова репутація майбутнього викладача закладу вищої освіти як науковий феномен. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Військово-спеціальні науки*. 2021. Вип. 4(48). С. 29–32. <https://doi.org/10.17721/1728-2217.2021.48.29-32>
3. Самчук В. Академічна доброчесність і репутація університету. *Scientia fructuosa*. 2023. № 4. С. 138–152. [https://doi.org/10.31617/1.2023\(150\)09](https://doi.org/10.31617/1.2023(150)09)
4. Del-Castillo-Feito C., Blanco-González, A., Delgado-Aleman R. The relationship between image, legitimacy, and reputation as a sustainable strategy: students' versus professors' perceptions in the higher education sector. *Sustainability*. 2020. № 12(3). 1189. <https://doi.org/10.3390/su12031189>
5. Mateus A., Acosta J. Reputation in higher education: a systematic review. *Frontiers in Education*. 2022. Vol. 7. P. 1–19.
6. Кіндратець О. Чинники формування репутації політика в Україні. *Імідж і репутація: сучасні тенденції і виклики*: Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 20–21 березня 2020 р. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2020. С. 133–140.
7. Gołata K., Sojkin B. Determinants of building image and reputation of university towards its stakeholders. *Marketing of scientific and research organizations*. 2020. № 35(1). P. 29–56. <https://doi.org/10.2478/minib-2020-0008>
8. Yunyk O. The reputation of a university professor as a pedagogical phenomenon. *Education and science of today: intersectoral issues and development of sciences* : IX International scientific and practical conference. Cambridge, 28 November 2025. Cambridge–Vinnytsia: P. C. Publishing House & UKRLOGOS Group LLC, 2025. P. 316–318. <https://doi.org/10.36074/logos-28.11.2025.059>
9. Повалій Т. Л., Бойко О. П., Котенко О. О. Іміджелогія та брендинг у соціокультурній діяльності : навчальний посібник. Суми : СумДПУ, 2024. 257 с.



10. Курбанова М. Ш. Формування професійного іміджу майбутнього фахівця освітніх, педагогічних науку закладах вищої освіти: комунікативний аспект. *Імідж сучасного педагога*. 2024. № 2 (215). С. 137–143.

11. Юник І. Д. Бренд науково-педагогічного працівника вишу : монографія. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2022. 608 с.

12. Сингаївська І. В. Очікування суспільства щодо професійної успішності викладача закладу вищої освіти. *Розвивальний потенціал сучасної соціальної роботи: методологія та технології*: V Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 13–14 березня 2020 р. Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2020. С. 113–115.

13. Березюк-Рибак І. Р. Посилення конкурентних переваг компанії крізь призму соціально відповідальної поведінки. *Збірник наукових праць ЧДГУ. Серія: Економічні науки*. 2021. Вип. 63. С. 75–81.

14. Naumova O., Naumova M., Shevchuk A. The impact of business reputation on ensuring the economic security of a company. *Economy and society*. № 62. P. 1–6.

15. Мачинська Н. Формування мотиваційної готовності педагогічних працівників до професійного зростання. *Профільна середня освіта: виклики і шляхи реалізації*: матеріали учасників методологічного семінару НАПН України, Київ, 4 квітня 2024 р. Київ : Видавничий дім «Освіта», 2024. С. 206–208.