

IMPORTANȚA BRANDINGULUI PROFESIONAL PENTRU CARIERA CADRULUI DIDACTIC UNIVERSITAR

THE IMPORTANCE OF PROFESSIONAL BRANDING FOR THE CAREER OF ACADEMICS

Svetlana DERMENJI,
dr., conf. univ.

Nina PUȚUNTEAN,
dr., conf. univ.

UPS Ion Creangă, Catedra Limbă și comunicare

Rezumat. *Brandingul personal este un concept nou în literatura de specialitate care coincide cu prestația noastră la serviciu și modul în care ne percep cei din jur. Literatura de specialitate ne demonstrează că brandul personal este suma de calități și caracteristici pentru care o personalitate este cunoscută în domeniul în care activează, este reputația și modul în care este perceput. El pornește de la imaginea de sine și continuă cu modul în care este văzută de ceilalți, ce imagine vrea să își creeze, pe ce va pune accent în formarea sa continuă. O strategie de autopromovare presupune și autoanaliza.*

Cuvinte-cheie: *Branding personal, formare continuă, brand profesional, pedagogy.*

CZU: 377.8

Abstract. *Personal branding is a new concept in the literature that coincides with our service at work and the way we perceive others. Specialty literature shows us that the personal brand is the sum of qualities and characteristics for which a person is known in the field in which it operates, is the reputation and the way it is perceived. He starts from the self-image and continues with the way he is seen by others, what image he wants to create, what he will focus on in his continuing training.*

Keywords: *Personal branding, professional brand, continuing training, pedagogy.*

UDC: 377.8

În concepția noastră brandingul cadrului didactic universitar devine actualmente o coordonată esențială a dezvoltării profesionale, care presupune sporirea competenței profesionale, a eficienței și calității activității lui educaționale, înțelegând prin eficiență producerea unui rezultat așteptat, iar prin calitate o însușire bună a produsului. Astfel acest branding profesional ar echivala cu afirmația cercetătoarei Tatiana Callo, în *O pedagogie a integralității*, precum că dezvoltarea profesională presupune realizarea unor analize științifico-metodologice proprii, în care sunt fundamentate conținutul și principiile realizării

celor mai relevante experiențe pedagogice personale¹.

Orice branding personal pornește, în primul rând, de la o apreciere obiectivă a propriilor puncte forte despre obiectivele și misiunea profesională, axate pe întrebările:

- Care sunt valorile mele? Ce mă motivează?
- Care este stilul meu de relaționare?
- Ce experiență profesională am și cum o pot demonstra?
- Care sunt competențele și misiunea mea?
- Care este contribuția pe care vreau să o aduc?
- Ce fac eu cu multă plăcere în sala de curs și îmi reușește?
- Când studenții mei sunt interesați de prelegerile/seminarele pe

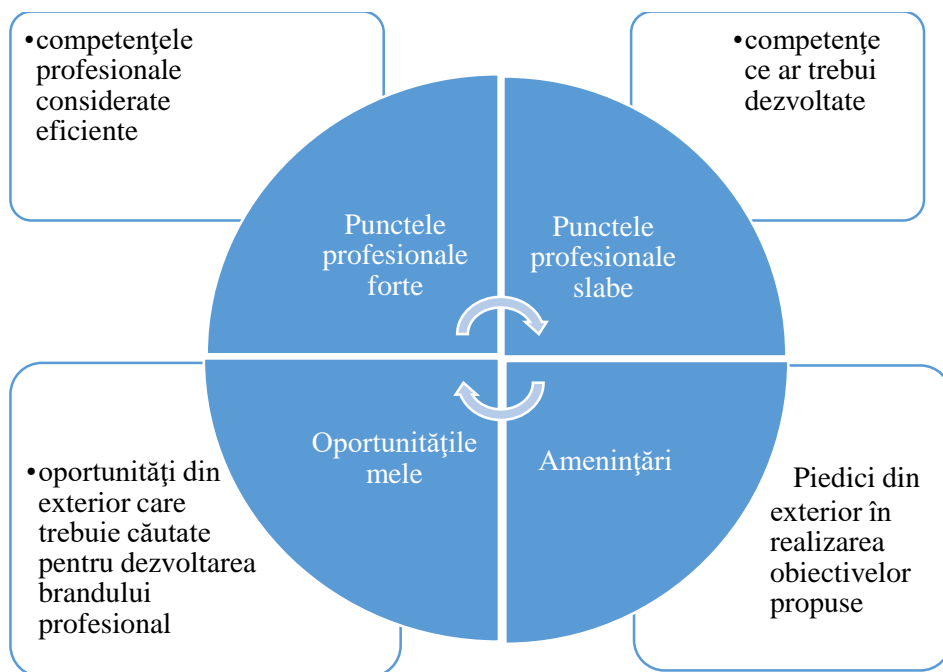
care le realizez și ce anume le provoacă interesul și creează interactivitate în sala de curs?

Răspunsul la aceste întrebări ar crea, parțial, o imagine a brandului profesional propriu și ar defini ulterioara prestație pedagogică îmbunătățită, trecută prin dimensiunea eului și formată continuu.

Intervenția formativă și de dezvoltare profesională este necesară să răspundă la aceste întrebări importante pentru a scoate în prim plan partea esențială a prestației pedagogice personale, a pune accent pe sîritul de libertate a opiniei față de, spre exemplu, cursul care îi aduce plăcere.

În acest caz este binevenită analiza Swot care s-ar axa pe următoarele laturi importante:

¹ Callo T., O pedagogie a integralității. Chișinău: CEP USM, 2007. 171 p.



Alte întrebări la care trebuie să răspundă un cadru didactic universitar s-ar axa pe evenimentele, comunitatea, asociațiile profesionale care i-ar dezvolta rețeaua de persoane din același domeniu profesional specializat. În ce măsură cursurile de formare continuă, atât în țară, cât și în străinătate, colaborările cu cadrele didactice din alte țări i-ar dezvolta brandingul profesional? Din perspectiva dezvoltării brandului profesional, procesul didactic se va realiza după un model binevenit pentru o prestație de calitate, prin comportamente de genul:

- profesorul știe să provoace curiozitatea studenților (foamea informațională) - ceea ce înseamnă că informația pe care o oferă corespunde așteptărilor;
- adoptă un limbaj precis, riguros, elocvent etc. și oferă explicații suplimentare ori de câte ori constată că studenții se află în dificultatea de a decodifica mesajele pe care le-a lansat;
- știe să creeze conflicte cognitive și creative, de dezvoltare a spiritului critic și de dezbateri polemică pentru a stimula interesele epistemice ale studenților;
- accesibilizează înțelesurile prin apelul la strategiile demonstrative, la modele și modelare, la analogii cu realități concret intuitive;
- folosește cu succes diferitele forme de limbaj (verbal, nonverbal, paraverbal) pentru a dobândi forță persuasivă;
- știe să „prindă” toți studenții în circuitul comunicării de informații, fiind conștient că receptarea acestora nu se oprește la nivelul urechii (a auzi), ci

la nivel mental (a prelucra după criterii personale mesajul receptat);

- realizează controlul rezultatelor în învățare prin adoptarea unor modalități evaluative care nu se opresc la nivelul cunoștințelor, ci pătrund către structurile superioare ale intelectului;

- știe să încurajeze studenții pentru a participa ei înșiși la schimbul de informații și la transferul de competențe ¹.

De foarte multe ori, astfel de calități se remarcă în comportamente observabile de genul:

- știe să provoace interacțiunile și dialogul;
- știe să intensifice un subiect propus discuției la prelegere sau seminar;
- știe cum să suprimă indiferența.

Putem face legătură și cu cele unsprezece calități în viziunea profesorului modernist american Ron Clark, care a făcut o cercetare îndelungată a prestației de calitate a unui cadru didactic: *entuziasmul, aventura, creativitatea, reflecția, echilibrul emoțional, compasiunea/ empatia, încrederea, umorul fin, bunul simț, aprecierea interpersonală, rezistență la stres.*²

În concepția pedagogică modernă, pentru ca profesorul să poată concepe, organiza, proiecta actul educațional are nevoie neapărat și de pregătire, tact și măiestrie psihopedagogică. *Măiestria psihopedagogică* va spori calitatea brandului profesional, capacitatea (dimensiunea) complexă, personală și specifică a profesorului de a concepe, organiza, proiecta și conduce (desfășura) cu competență și prestigiu, spirit creativ și eficiență sporită procesul de învățământ, procesul de instruire și educare a tineretului studios. *Tactul psihopedagogic* este în fapt o componentă a măiestriei psihopedagogice, care se definește prin capacitatea deosebită personală și specifică a profesorului de a acționa în mod selectiv, dinamic, eficient pentru a asigura reușita actului educațional în cele mai variate ipostaze educaționale, chiar în cele mai dificile.

Brandul profesional al cadrului didactic va depinde și de atitudinea acestuia față de succesul personal. Cercetătoarea T. Callo tipologizează aceste orientări atitudinale și le dă un statut de recomandări:

1. atitudinea mentală determină decisiv acțiunile pe care le întreprinde o persoană;
2. acționând și vorbind cu entuziasm se vor obține rezultate pozitive;
3. atitudinea este o putere secretă care funcționează 24 de ore spre binele/răul cuiva;
4. este important a realiza un exercițiu rapid de gândire: sunt convins că pot 100%!;

¹ Axenti I., Axenti V. Etica pedagogică, Cahul: Editura Centrografic SRL, 2012

² Clark R. The excellent 11 Qualities teachers and parents use to motivate, Inspire, and educate children, New York: Editura Hyperion, 2004

5. este bine să ne recunoaștem adevărurile vieții față de noi înșine, să nu ne trădăm;

6. dacă existența ne-a ales, înseamnă că suntem importanți pentru ea. Este un dar. Trebuie doar să trăim frumos, împăcați cu noi înșine;

7. nu trebuie să-i întrebăm pe alții, trebuie să ne întrebăm pe noi înșine, pentru că întrebările sunt de fapt răspunsuri care ne ajută să ne cunoaștem mai bine;

8. indiferent de dificultățile și încercările prin care trecem, trebuie să jucăm cartea vieții cu inteligență, curaj, umor și integritate;

9. trebuie să înțelegem că există în noi o ființă care are nevoie de răbdare, de toleranță, de încurajare, de dragoste, de tandrețe;

10. trebuie să aducem în relațiile cu ceilalți starea de împlinire pe care o trezește veritabila iubire de sine ¹.

Onoarea și demnitatea profesională a pedagogului încununează conceptul de brand profesional, dezvăluie atitudinea de apreciere, de considerațiune a pedagogului față de sine însuși, pentru că onoarea constituie recunoașterea de către comunitate a meritelor personale și un profesor „de brand” este ONORAT!

¹ Clark R. The end of molasses classes.101 extraordinary solution for parents and techers, New York: Editura Touchstone, 2015.