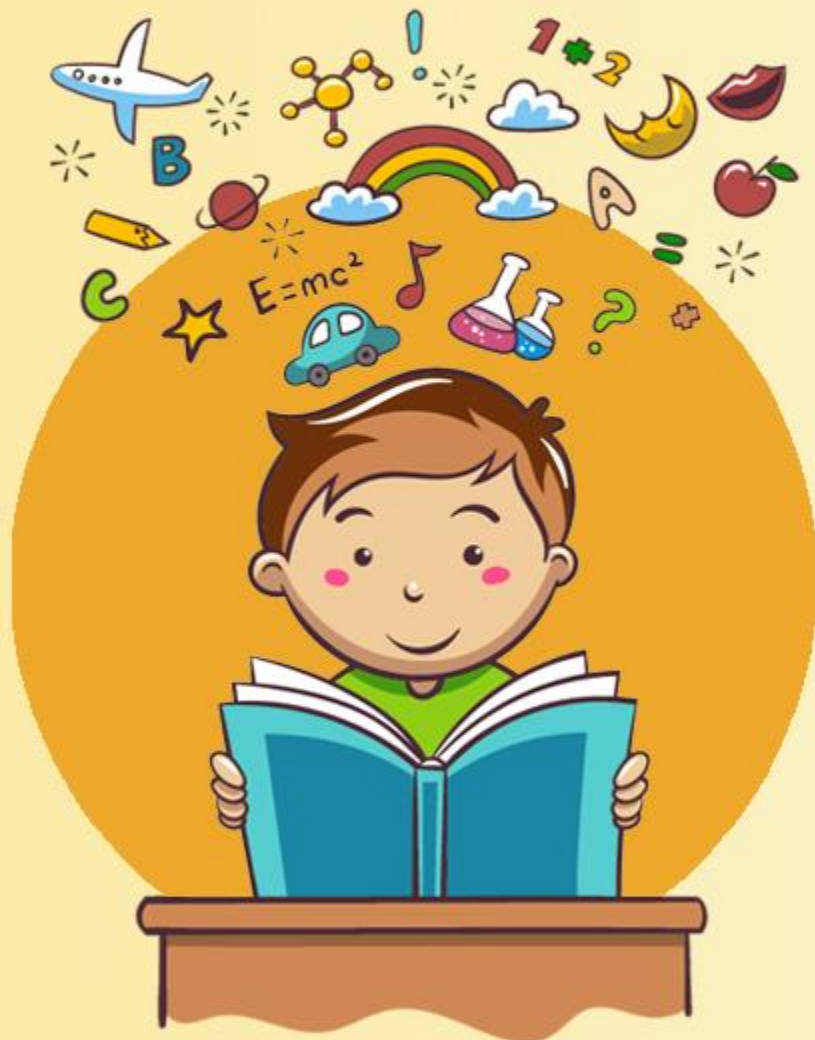


Формирование бренда дошкольного образовательного учреждения



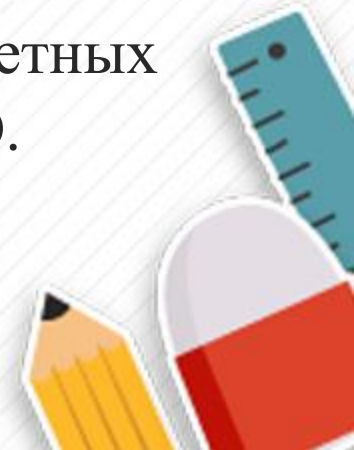
30.01.2024

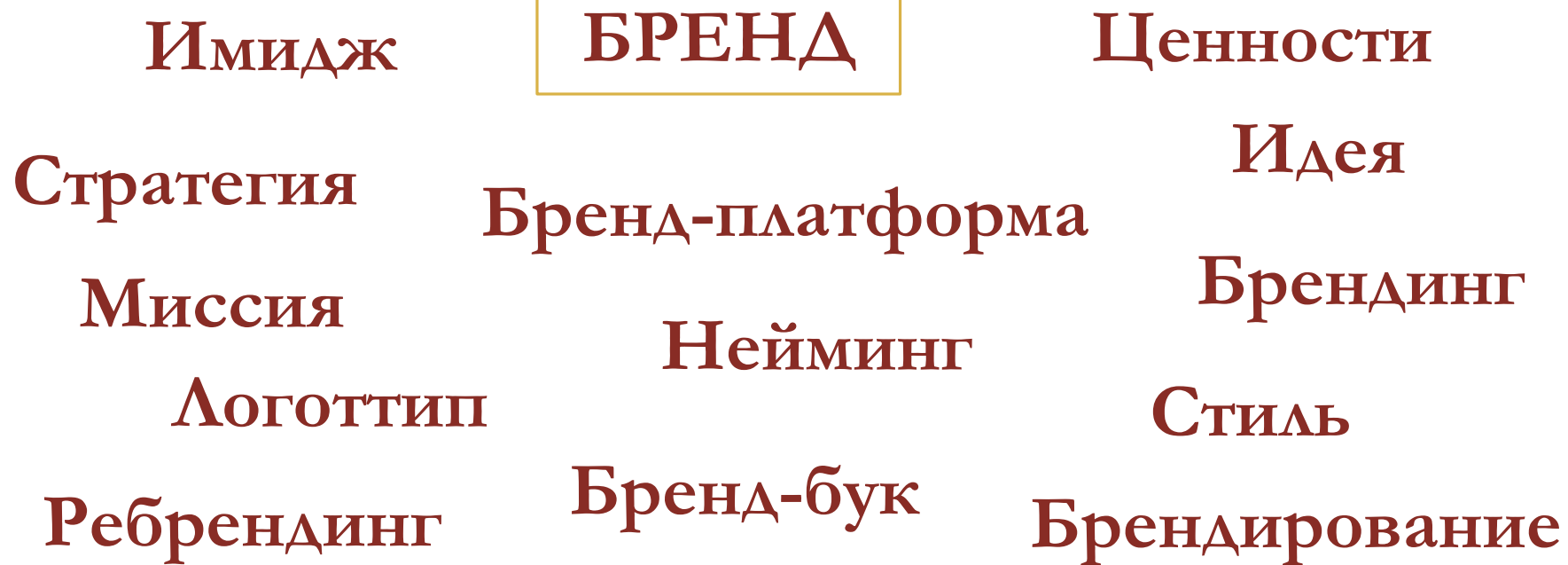




Муниципальный проект «От обычного к уникальности»

Цель проекта –
обеспечение качества реализации основной
образовательной программы дошкольного
образования ДОО. Развитие приоритетных
направлений деятельности ДОО.
Формирование бренда ДОО.





БРЕНД (англ. brand – товарный знак, торговая марка, клеймо) – ментальная конструкция, которая представляет собой впечатления от продукта или услуги.



ЗАЧЕМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМУ УЧРЕЖДЕНИЮ НУЖЕН БРЕНД?

Одна из ведущих стратегий бренда –
формирование собственной идентичности

Бренд необходим для повышения:

- конкурентоспособности;
- имиджа образовательного учреждения
- авторитета в родительской и общественно-профессиональной среде.





**БРЕНД
ДОШКОЛЬНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ**

найти свою
уникальность, возмож-
ности, преимущества

провести диагностику
собственных
профессиональных
ресурсов

выстроить свой
уникальный
профессиональный путь

создавать и развивать
свой бренд

разработать и заявить
свой фирменный стиль

**КАК БЫТЬ
КОНКУРЕНТО-
СПОСОБНЫМ,
ФОРМИРОВАТЬ
ДОВЕРИЕ,
УЗНАВАЕМОСТЬ,
ПОВЫШАТЬ
АВТОРИТЕТ ДОУ**



Разработка бренда ДОО

Этапы	Задачи
1. МОТИВАЦИОННЫЙ	Поиск преимуществ ДООУ Формирование готовности коллектива
2. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ	Формирование концепции (идеи, ценности, философия, традиции и т.д.)
3. СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ	Разработка Бренд-бука (Графическая символика Слоган Цветовой дизайн)
4. РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЙ	Легализация Бренда

Муниципальный проект «От обычного к уникальности»

Городское профессиональное сообщество руководителей ДООУ

Брендинг как стратегия развития образовательного учреждения



Одним из способов, позволяющих обеспечить
определенные преимущества –

СОЗДАНИЕ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА



Современная система образования
- конкурентная среда



МОТИВАЦИОННЫЙ ЭТАП

Формы работы:

- ✓ Поиск преимуществ ДООУ
- ✓ Формирование
ГОТОВНОСТИ КОЛЛЕКТИВА



- ✓ Творческая группа
- ✓ «Мозговой штурм»
- ✓ Канбан (визуализация)
- ✓ «Open space»
- ✓ Педагогический совет
- ✓ Совет ДООУ
- ✓ Голосование



КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ЭТАП

ИМИДЖ ДОУ

- Идеальный объект
- Не подлежит прямому измерению
- Неустойчив
- Прагматичен
- Предполагает сильный эмоциональный отклик
- Целостный и непротиворечивый



ИМИДЖ ДОУ

- Комфортность среды
- Качество образовательных услуг
- Позитивный образ руководителя
- Визуальный образ ДОУ
- Представления общественности



Брендинг

БРЕНД – совокупность ассоциативных признаков, которые отличают организацию от остальных и делают ее легко узнаваемой

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ БРЕНД – это сильный образ, напоминающий не только про вид услуг, но и про организацию, представляющую их.

Образовательный бренд

- ✓ Уникальная и узнаваемая система
- ✓ Образовательный продукт
- ✓ Имидж
- ✓ Миссия и ценности

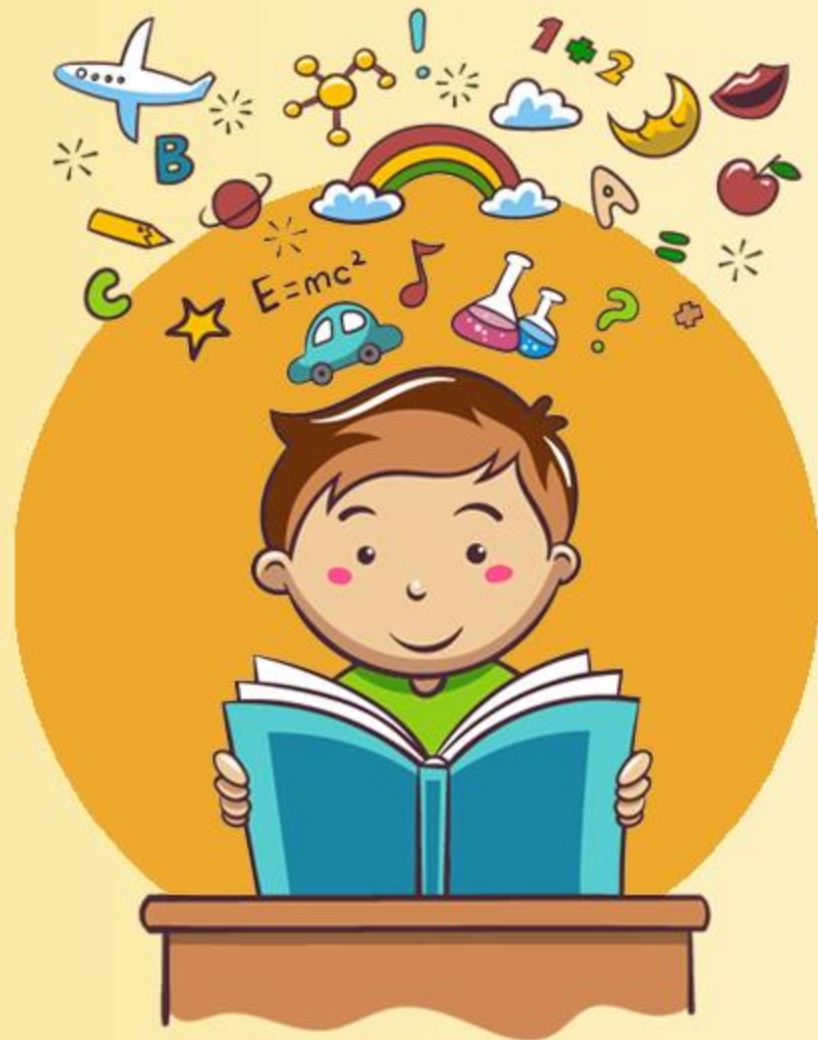


Стратегия брендинга

- 1) Проведение маркетинговых исследований
- 2) Формирование целей и задач продвижения бренда
- 3) Разработка метода продвижения
- 4) Внедрение и усовершенствование



Процесс разработки бренда



- ✓ Анализ имиджа
- ✓ Нейминг
- ✓ Генерация идей
- ✓ Реклама
- ✓ Бренд-бук
- ✓ Презентация для аудитории
- ✓ Рекламная продукция



Бренд- платформа

создает возможности
для поиска социальных
партнеров

способствует
привлечению
внебюджетных средств

идентифицирует
учреждение
среди конкурентов

повышает
удовлетворенность
заказчиков услуг

позволяет формировать
профессиональный
педсостав



СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

Брендбук

- Философия бренда, его история, миссия
- Название бренда, девиз (слоган)
- Элементы корпоративного стиля и правила их применения



СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ ЭТАП

Цель Брендбука

Поддерживать имидж бренда и систематизировать все его составляющие:

идеологические и визуальные



Брендбук



```
graph LR; A((Брендбук)) -.-> B[объясняет]; A -.-> C[показывает]; A -.-> D[обучает]; A -.-> E[формирует целостное представление о едином фирменном стиле]; A -.-> F[ускоряет работу и делает ее эффективнее];
```

объясняет

показывает

обучает

формирует целостное
представление о едином
фирменном стиле

ускоряет работу и
делает ее эффективнее

ЛОГОТИП

Графическое изображение

Шрифт

Цвет



ДЕВИЗ (слоган)



Должен транслировать главную
характеристику образовательной
организации, дополнять и
ПОЯСНЯТЬ ЛОГОТИП



РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЙ ЭТАП

Легализация бренда:

- 1) Разработка Положения о бренде
- 2) Защита бренда на заседаниях коллегиальных органов
- 3) Внесение изменений в Устав



Разработка бренда ДОО: практика реализации

Этапы	Задачи
1. МОТИВАЦИОННЫЙ	Поиск преимуществ ДООУ Формирование готовности коллектива
2. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ	Формирование концепции (идеи, ценности, философия, традиции и т.д.)
3. СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЙ	Разработка Бренд-бука (Графическая символика Слоган Цветовой дизайн)
4. РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЙ	Легализация Бренда

Муниципальный проект «От обычного к уникальности»

Городское профессиональное сообщество руководителей ДООУ

Брендинг как стратегия развития образовательного учреждения

