Муниципальное общеобразовательное учреждение Ореховская средняя общеобразовательная школа

ПРОЕКТ

«Бренд школы»

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

- Создание БРЕНДА, отражающего особенности и индивидуальность образовательного процесса МОУ Ореховской СОШ

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

- Разработать БРЕНД школы
- Разработать и утвердить «Положение о Бренде МОУ Ореховской СОШ»

ЭТАПЫ ПРОЕКТА

- Знакомство с понятием БРЕНД
- Знакомство с БРЕНДАМи других образовательных учреждений
- Разработка герба БРЕНДА
- Разработка Драйверов БРЕНДА
- Разработка и утверждение «Положения о Бренде»

Определение «БРЕНД»

Бренд – это совокупность функциональных и эмоциональных ассоциаций, существующих в сознании заказчика и рассматриваемых в долгосрочной перспективе

- **Бренд** – это весь спектр впечатлений, мнений, ожиданий заказчика образовательных услуг, возникающих при каждом соприкосновении с учреждением и его сотрудниками.

- При грамотной разработке и продвижении бренда эти мнения, впечатления и ожидания имеют удивительно согласованные позиции у большинства

Технология построения бренда

не может быть передана как закрытый перечень предписаний и правил работы. Она должна осваиваться как открытая, непрерывно развивающаяся система технических и эвристических (поисковых, творческих) приемов и техник работы с проблемами. Для овладения ею необходима тренировка определенных умений и навыков.

ДРАЙВЕРЫ БРЕНДА

- **Миссия – «генетический код» бренда**
- **Описывает то, что делает учреждение.**
- **Фокусируется на настоящем, но направлена в будущее.**
- **Дает возможность идентифицировать то, что нам дается лучше всего и строить на этом свою стратегию**
- ***Задачи миссии в структуре бренда:***
- **определяет границы бренда**
- **воодушевляет**
- **мотивирует**

Ценности – убеждения, которые образовательное учреждение ставит превыше всего. Управляют действиями сотрудников

Задачи:

- **Формируют преимущества бренда конкретного учреждения**
- **Обеспечивают целостность корпоративной культуры**

Ценности должны быть согласованы с реальной деятельностью и достижениями образовательного учреждения

Принцип – уникальный подход в деятельности учреждения

Функции:

- **Может быть использован в качестве критерия в оценке всех решений**
- **Позволяет видеть возможности улучшения деятельности**
- ***Должен быть:***
- ***правдивым***
- ***полезным для фокусировки деятельности***
- ***обеспечивать эмоциональный отклик***
- ***ясным***
- ***кратким***

Индивидуальность – уникальная коммуникативная манера образовательного учреждения (устойчивая стилистика общения с заказчиком). Качества, с помощью которых можно описать компанию

Функции:

- **акцентирует особенность (преимущества!) компании**
- **формирует у клиента впечатление о компании**
- **диктует правила корпоративной культуры. Управляет действиями сотрудников при каждом взаимодействии с клиентом**
- **на базе индивидуальности формируется лидерство**

Эмоциональная сторона бренда.

Воспринимается клиентом на подсознательном уровне

Эмоциональная сторона бренда

- *Посредством ассоциаций взаимодействие с заказчиком носит более глубокий характер (вовлекается сфера неосознанного, интуитивного, чувственного)*
- *Существуют вне зависимости от того, управляет ли ими образовательное учреждение*
- *Носят обобщенный и очевидный характер*
- *Соответствуют стилю компании.*

Бренд

МОУ Ореховской СОШ

Думайте, ищите, учитесь, творите себя и мир - ежедневно !

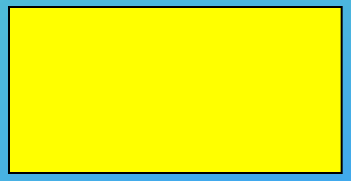
Герб

Бренда образовательного учреждения МОУ Ореховская СОШ отражает миссию учреждения.

В центре герба располагается чистая книга, которую необходимо заполнить при обучении в школе. Над книгой находится восходящее солнце, как источник света знаний. С левой стороны располагаются три лесных ореха, как символ с. Орехова и символ твердости знаний учеников школы. С правой стороны находится перо, которым знания учащихся будут вписаны в чистую книгу. Сверху на лентах располагается название школы –МОУ Ореховская СОШ. На нижних лентах стоит дата 1938 , год основания Ореховсеой средней школы. Зеленый фон является отражением одной из главных достопримечательностей школы – учебного –участка (памятника природы «Малая тимирязека»)

Цветовая гамма герба:

Белый как цвет мира, чистоты и непорочности , торжественности и величия. С белизной связано представление о законном, истинном, общепринятом. Белый цвет – цвет свободы.



Желтый как цвет солнца, открытости всех учителей и учащихся;

Цвет травы и листьев, символизирует юность, надежду.

Миссия школы

- *разностороннее развитие учащихся, формирования ключевых компетентностей, способствующих продолжению образования, на благо себя и процветания России, через любовь к своей малой родине.*

Ценности школы

- Личность ребенка
- Патриотичность
- Демократичность
- Охрана Природы
- Служение своей малой родине

Принцип школы

Надо верить, что ты много можешь, тогда многое станет возможным.

Индивидуальность

- Образованный
- Творческий
- Культурный
- Компетентный
- Востребованный

Девиз

Думайте, ищите, учитесь, творите себя и мир - ежедневно !

Разработчики Бренда

- Соловьев С.А. директор школы
- Исправникова Н.А. зам директора по УВР
- Урядина Т.А. учитель, зав музея
- Николаева Н.Н – учитель русского языка
- Комарова М.Ю. –учитель биологии
- Матвеева Л.Ю. – учитель нач классов