


Ярослав Быховский,
ГУ ВШЭ

A close-up photograph of a person's hand holding a white, rounded rectangular card. The person is wearing a blue button-down shirt. The card has black text on it.

Современный учитель
как человек, пароход
и персональный бренд

Слайды к семинару

Из моей биографии...

«Я - выпускник первой спец.школы в Сокольниках, окончил Ленинский педагогический, учился в аспирантуре в ИОСО РАО, преподавал в 20-й и у Штульберга, а сейчас работаю в Вышке. Строим LMS, чтобы было не хуже, чем в MIT, или Гарварде.»

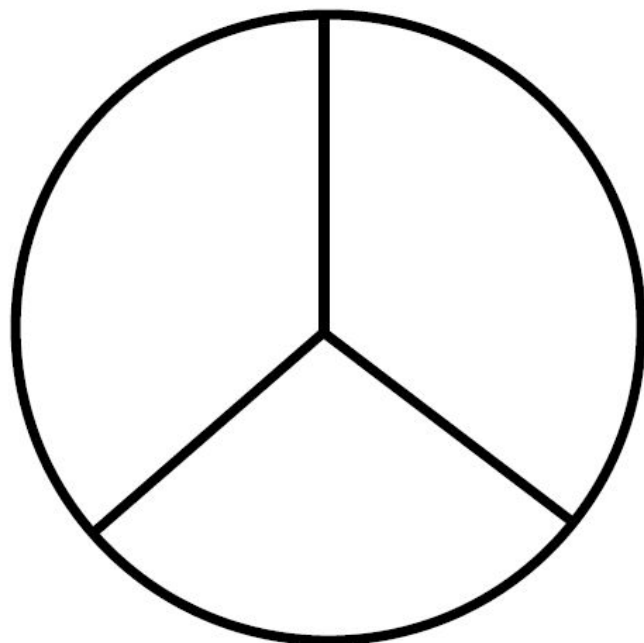
Что такое бренд?

- **Бренд** (также товарный знак, торговая марка) — термин в маркетинге, символическое воплощение комплекса информации, связанного с определённым продуктом или услугой. Обычно включает в себя название, логотип и другие визуальные элементы (шрифты, цветовые схемы и символы).

Ныне он употребляется как синоним термина «товарный знак». Ранее термин «бренд» («бренд-нэйм») обозначал не всякий товарный знак, а лишь широко известный.

Определение из Wikipedia.org

Что стоит за этим?



Что вы можете сказать об этом?



Что стоит за знаком?



Мы ожидаем = мы видим и получаем



=



Сумма впечатлений



=

Автомобиль:

Дорогой
Немецкий
Статусный
Качественный
Красивый
Прагматичный
Комфортный
Быстрый
Современный
Надежный
Уверенный

Водитель или владелец:

"У меня все хорошо"
"Я хорошо зарабатываю"
"Я - бизнесмен"
"Я выбираю качество, надежность"
и т.п

Что Вы можете сказать об этом?



Другая сумма впечатлений



=

Автомобиль:

Корейский
Не очень дорогой
Не престижный
Надежнее чем
российский...)

Водитель или владелец:

"Я работаю и умею считать
деньги"
"Я выбираю соотношение
цена/качество"
"Статус мне не важен,
важнее цена и
надежность"
и т.п.

Mercedes vs. Hyundai



Mercedes-Benz
Rank: 10
BrandValue: \$23 млрд.

Автомобиль:

Дорогой
Немецкий
Статусный
Качественный
Красивый
Прагматичный
Комфортный
Быстрый
Современный
Надежный
Уверенный

Водитель или владелец:

"У меня все хорошо"
"Я хорошо зарабатываю"
"Я - бизнесмен"
"Я выбираю качество, надежность"



Hyundai
Rank: 72
BrandValue: \$4 млрд.

Автомобиль:

Корейский
Не очень дорогой
Не престижный
Надежнее чем российский...)

Водитель или владелец:

"Я работаю и умею считать деньги"
"Я выбираю соотношение цена/
качество"
"Статус мне не важен, важнее цена
и надежность"
и т.п.

За что платит владелец авто?



Что Вы можете сказать об этом?



Что вы можете сказать об этом?



Что за ЭТИМ СТОИТ



Что стоит за этим?



Что стоит за этим?





Определение бренда

Бренд — это не вещь, продукт, компания или организация. Бренды не существуют в реальном мире — это ментальные конструкции. Бренд лучше всего описать как сумму всего опыта человека, его восприятие вещи, продукта, компании или организации. Бренды существуют в виде сознания или конкретных людей, или общества.

James R. Gregory, из книги «Leveraging the Corporate Brand»

Некоторые выводы

Бренд — понятие, существующее **у нас в голове**.
Бренды не существуют без людей. **Мы нужны брендам, а бренды нужны НАМ**. Это именно наше восприятие чего-то или кого-то делает это “что-то” брендом.

Тем не менее, процесс создания бренда вполне материален.

Ключевые понятия, без которых нет бренда — это **“обещание”** (бренд всегда что-то обещает нам) и **“лояльность”** (мы лояльны по отношению к бренду).

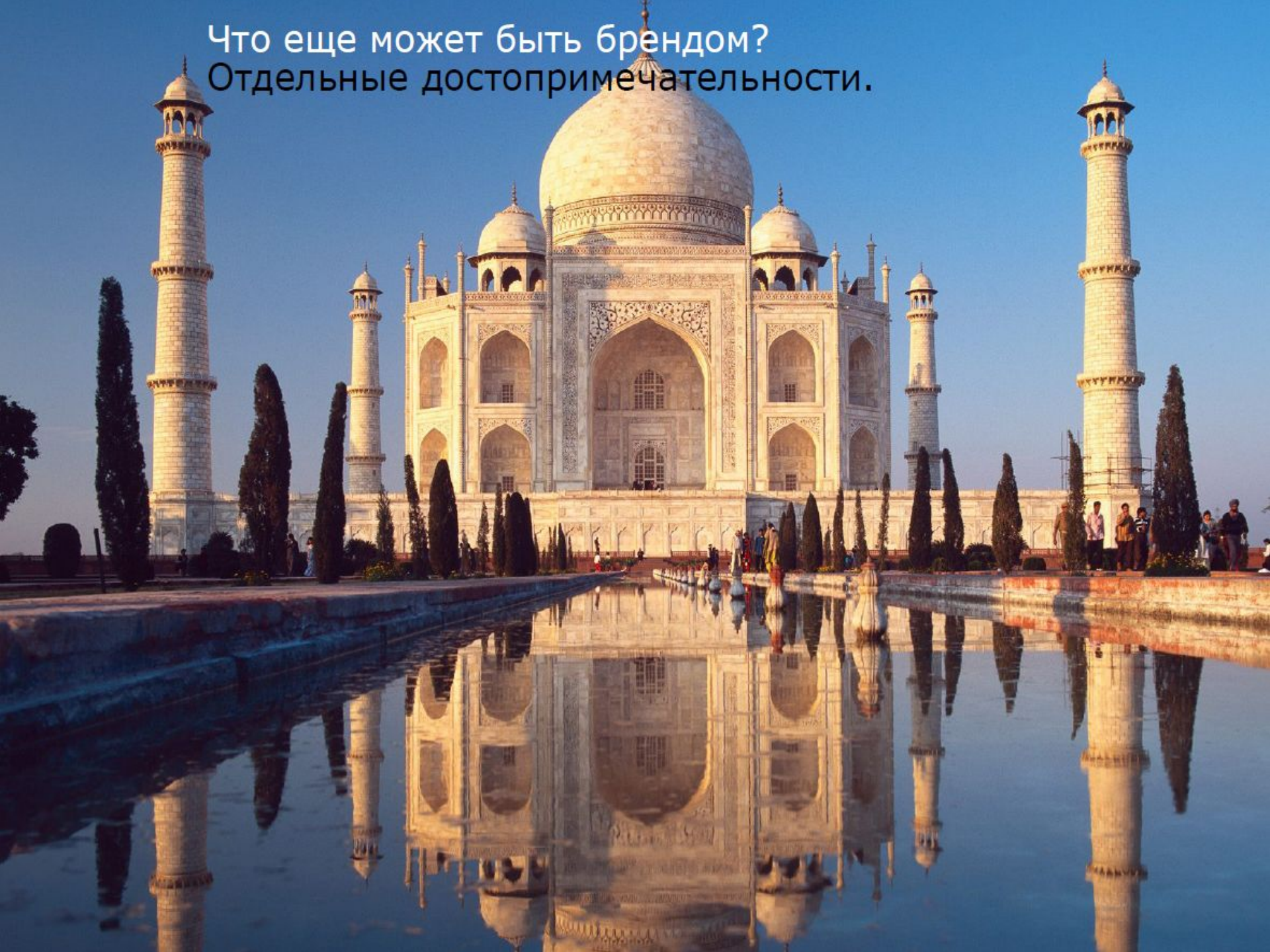
Бренды, которые сразу приходят в голову:

Mercedes-Benz
Sony
McDonalds
Google
Apple
Volkswagen
Coca-Cola
Microsoft
Adidas
Pepsi
Nike
IKEA
IBM

Что ещё может быть брендом?



Что еще может быть брендом?
Отдельные достопримечательности.





«Звёзды»

World Cup Stars # 01

RONALDINHO

Brazil

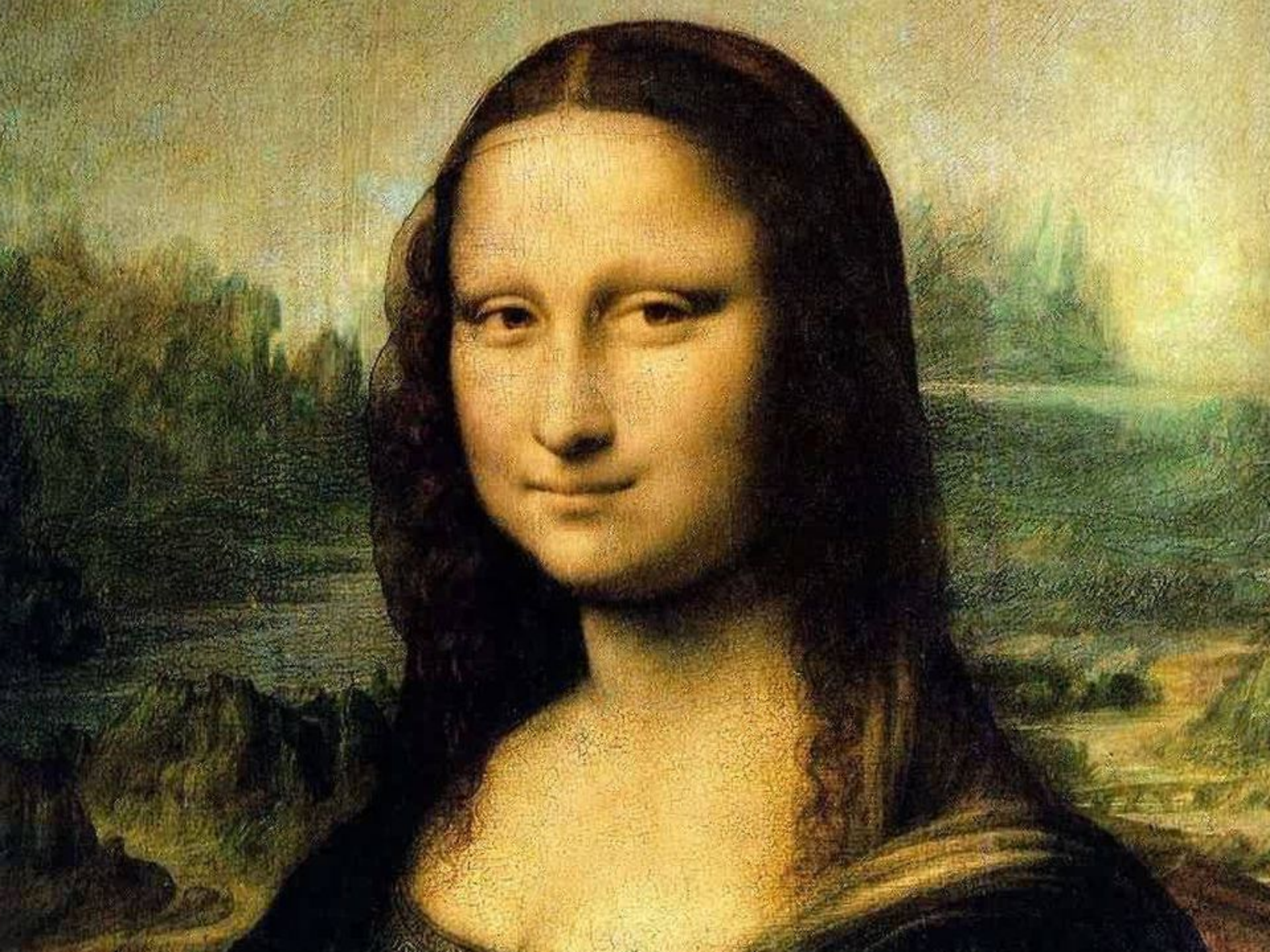


E PROGRESSO



Человеки и «пароходы»







PLATAFORMA OFICIAL DE PATROCINI

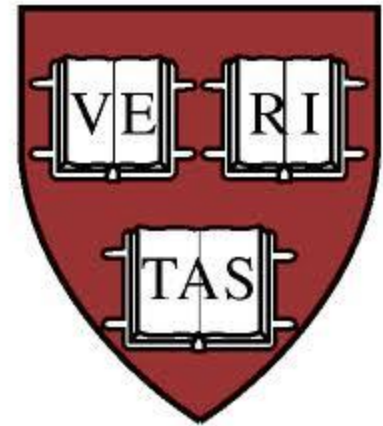
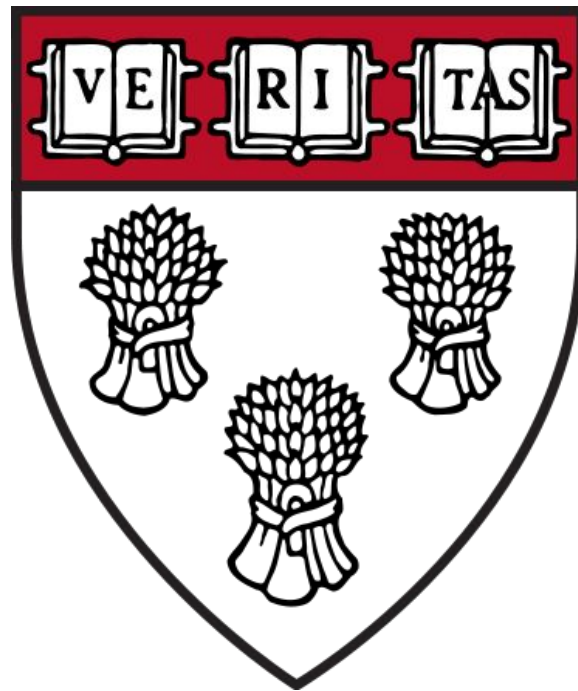
FC BARCELONA



501 W 25 L 28

Levi's

Фамильный герб



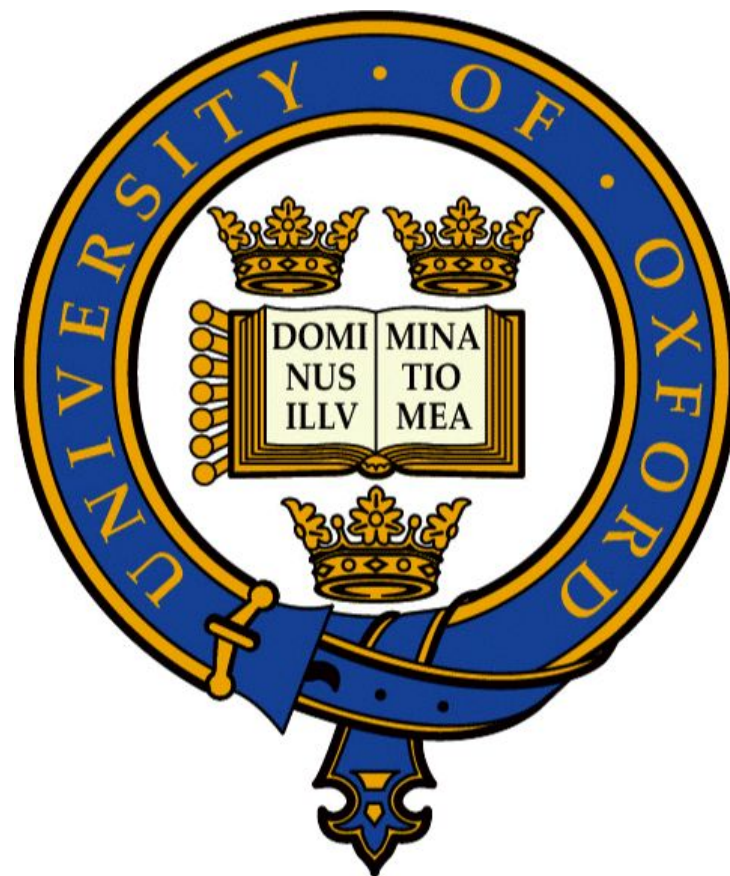
WELCOME TO HARVARD

VE RI
TAS

OFFICE OF THE
PRESIDENT

OFFICE OF THE
PRESIDENT

Старинная родословная



«Господь — мой свет»

Большая королевская печать



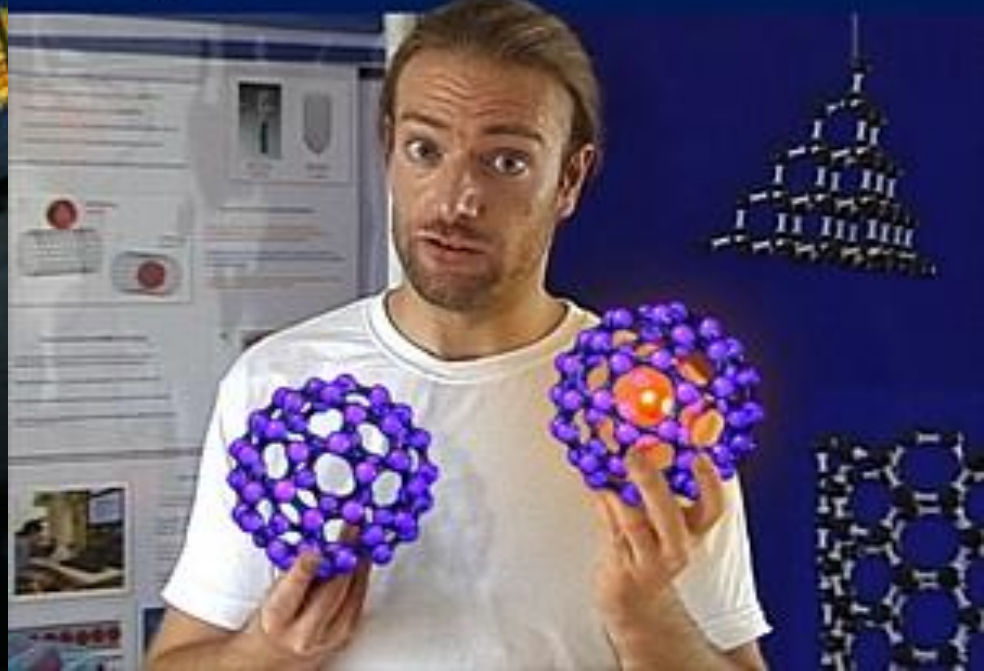
Традиции и современность

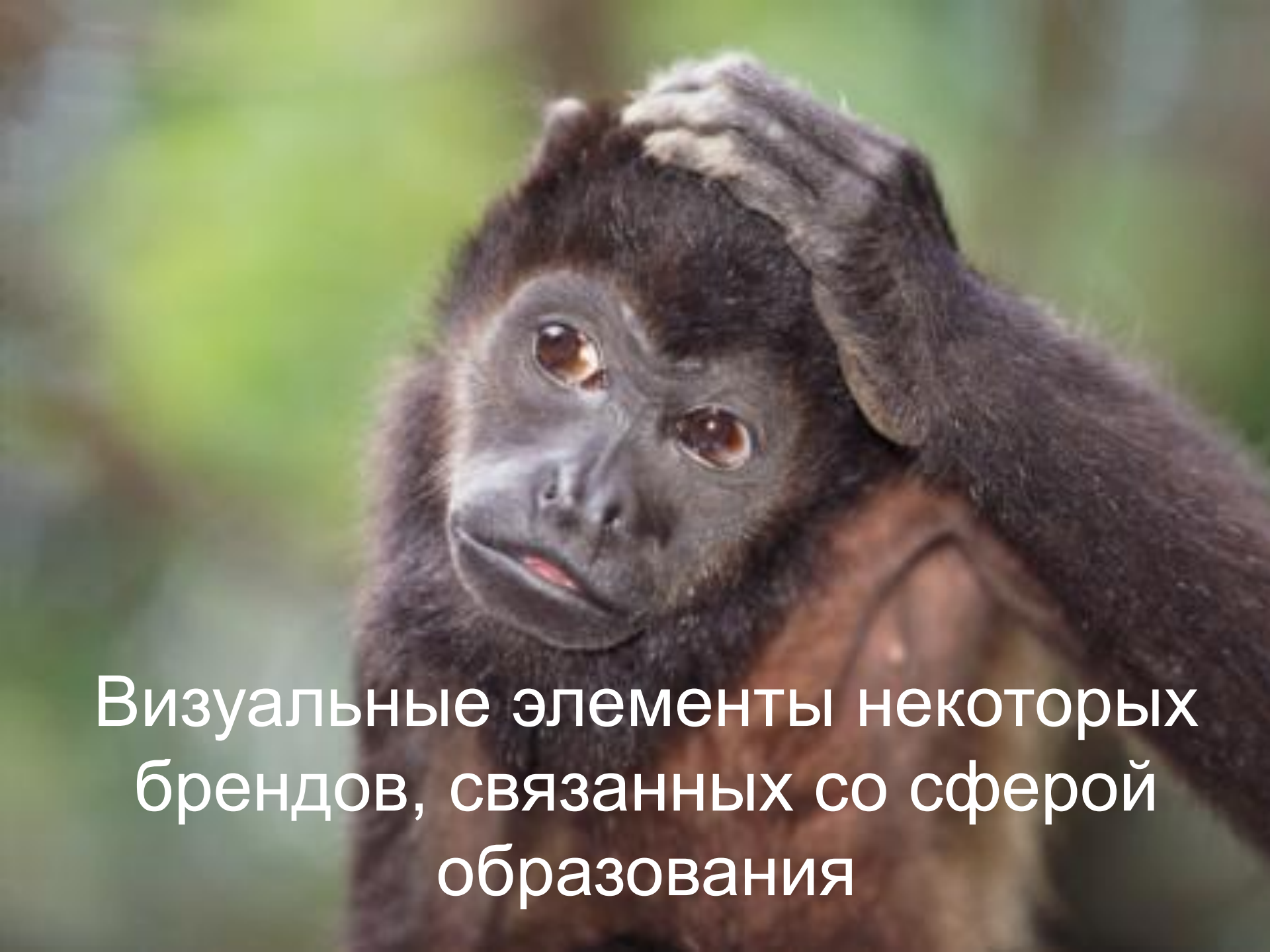


UNIVERSITY OF
OXFORD



UNIVERSITY OF
OXFORD





Визуальные элементы некоторых брендов, связанных со сферой образования

Государственные, общественные, корпоративные и частные программы, связанные со сферой образования



Интернет-проекты



Университеты

- MIT
- МФТИ
- МГУ
- ВШЭ
- МГИМО
- Кембридж
- Гарвард



Кембриджский университет



Школа айдотехники



Йельский университет



ХНУ им. Каразина

Что типично...



Педагоги

Редюхин В., Максименко П., Макаренко А.С.,
Гузеев В.В.,
Александр Баннов,

Давидович Борис Михайлович,
Рачевский Ефим Лазаревич,
Садовничий В.А., Алфёров Ж.И., Е.М.Примаков,

Стивен Хокинг, Шемякина Валентина Ильинична, Завада
Валентина Федоровна, Круподерова Елена Петровна, Ш.А.
Амонашвили, Перцев А.В.
Лозовский Б.Н., Шаманаев А.В.
Николай Петрович Гузик;
Виктор Федорович Шаталов

И.П.Волков, Е.Н.Ильин, С.И.Лысенкова, В.Ф.Шаталов, А.В.
Хуторской,

К.Поляков, Людмила Рождественская,
Евгений Патаракин,
Мария Смирнова,

Афонин Сергей (afoninsb, afoninsb.ru, АфонинСБ.рф)




Icons?!




Школы

ВИЗИТКА ШКОЛЫ



*Муниципальное образовательное учреждение
средняя общеобразовательная школа № 44
город Мурманск, Мурманская область*



ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ ШКОЛЫ по технологии ВЕБ 2.0

Пятьдесят седьмая школа, Вторая школа, МОУ «Лицей №15» им. акад.Ю.Б.Харитона (Саров Нижегородской обл.), МОУ «Гимназия №2» (Саров Нижегородской обл. школа самоопределения А.Н.Тубельского, школа М. Щетинина, школа эйдотехники, школа Монтессори, школа вероятностного образования А. Лобка, Школа № 26 (Москва), Школа № 44 (Мурманск),

Царскосельский лицей

Смотрите, кто пришёл?



А как у них?



Newcomers High School

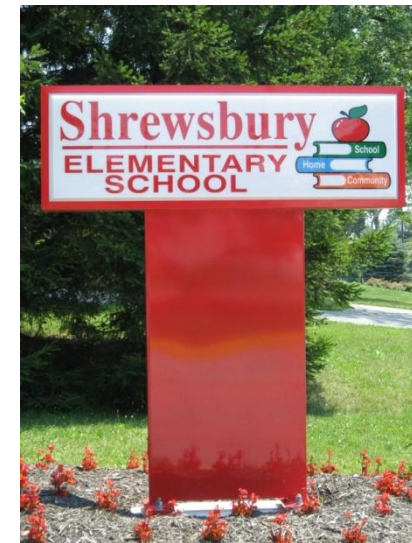
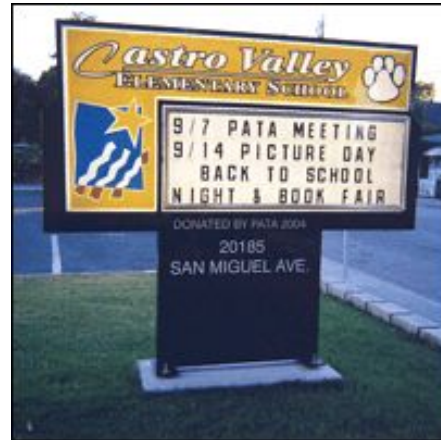


**HIGH TECHNOLOGY
HIGH SCHOOL**

А вот это – настоящие бренды!



School sign, который работает



Что убивает бренды?

- Непоследовательность
- Нарушение обещаний
- Появление более сильного бренда

Что делает бренды сильнее?

- Время
- Последовательность и постоянство
- МЫ!









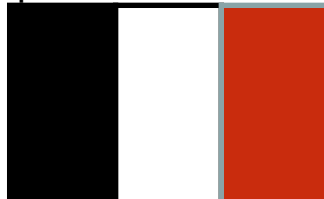
THANK
YOU

На закуску

Логотип



Фирменные цвета



Шрифт



Сайт



Изображения



Носители стиля



Лого



Фирменный цвет



Фирменный шрифт



Дополнительные графические элементы

(полосы, соответствующие разным типам продуктов)

Credit Cards

Cash Loans

Deposits

Consumer Loans

Изображения



Только для сотрудников торговой сети «Сандор» Home Credit проводит специальную презентацию по вкладам, привлекательным от финансовых лиц, на которых Вы узнаете, как оставить Ваши деньги играть по Вашим правилам. Вы хотите, чтобы Ваши деньги работали на Вас и при этом были в постоянном доступе? Это возможно с вкладами «Морские новости плюс». Храните свободные деньги в Банке и получайте не только проценты, но и бонусы. Отправляйте вклад, совершайте часть денег без комиссии процентов, пополняйте вклад, получайте проценты каждый месяц или раз — поступайте так, как Вам удобно.



Носители

