

9. БРЕНД «МАЛАДИК»

Детская школа искусств – это открытая социально-педагогическая система, взаимодействующая со многими социальными институтами. Одним из направлений работы современного образовательного учреждения является разработка фирменного стиля (бренда) как пример выстраивания внутренней культуры и идеологии школы.

Задачи школьного бренда:

- Повышение уровня организационной культуры;
- Доверие, интерес учеников и родителей к учреждению;
- Возможность выделиться из среды аналогичных учебных заведений;
- Улучшение социально-психологического климата в школьном коллективе;
- Воспитание чувства принадлежности и общности (школа – учитель – ученик);
- Привлечение талантливых учеников, квалифицированных учителей и щедрых спонсоров.

Визитной карточкой школы является Гимн «Я люблю «Маладик». Главная песня школы звучит на конкурсах, приветствиях почётных посетителей, церемониях награждения, на выпускных вечерах. Носители фирменного стиля школы – грамоты, дипломы, сертификаты, листы благодарности, печатная продукция (календари, буклеты, визитки, открытки), сувенирная продукция (чашки, ручки, значки), фирменная одежда (кепки, футболки, шарфы), брендовая символика (флажки, зонты).

Школьный бренд как сильный позитивный имидж направлен на проведение PR-мероприятий, организацию дней открытых дверей, презентации, туристические поездки, пленэры, концерты, а также позволяет ярко и эффективно представить школьное учреждение.

Использование устойчивого фирменного стиля выступает показателем готовности коллектива школы к инновационным процессам в образовании.