

Ведерников Андрей Валерьевич

Федеральное государственное казенное общеобразовательное учреждение

«Оренбургское президентское кадетское училище»

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ БРЕНДА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Современный этап развития образования в России характеризуется формированием рынка образовательных услуг, который отличается своеобразной «борьбой» общеобразовательных организаций за обучающихся, мотивированных на учебу и имеющих высокий интеллектуальный потенциал.

Создание в каждом федеральном округе учреждений инновационного типа со специальным названием «президентское кадетское училище» обуславливает актуальность их анализа с позиций конкурентных преимуществ перед другими образовательными учреждениями; формирования устойчивого бренда, позволяющего привлекать потенциальных потребителей образовательных услуг.

Понятие «бренд» активно используется в западных образовательных учреждениях в качестве создания прочной репутации, которая усиливает доверие сотрудников и потребителей. Для отечественной системы образования данное понятие является новым и не имеет четкого однозначного содержательного раскрытия.

Бренд (brand) в дословном переводе с английского «клеймо» в сознании, отпечаток в памяти, который оставляет неизгладимое впечатление [1]. Наиболее распространенный подход к содержанию понятия «бренд» дан в определении Д. Огилви: «Бренд – это неосязаемая сумма свойств продукта: его



имени, упаковки и цены, его истории, репутации и способа рекламирования. Бренд также является сочетанием впечатления, которое он производит на потребителей, и результатом их опыта в использовании бренда» [3].

В свою очередь, брендинг - это совокупность знаний о способах и средствах управления процессом формирования и развития бренда [2].

Бренд учебного заведения можно определить как инструмент, включающий последовательный набор функциональных, эмоциональных и самовыразительных обещаний целевому потребителю (абитуриенту, работодателю, государству), которые являются для него уникальными и значимыми и отвечают его потребностям наилучшим образом [4].

Система работы по формированию бренда «президентское кадетское училище» и реализация требований ФГОС явились основой при проектировании стратегических документов учебного заведения, к числу которых относится и Программа развития ФГКОУ «Оренбургское президентское кадетское училище».

С нашей позиции, создать бренд невозможно без качества образовательных услуг, предоставляемых училищем.

Понимая значимость разработки бренда «президентское кадетское училище» мы определили и выделили «фундамент», на котором он может формироваться, это: кадровый потенциал, содержание и организация образовательного процесса, материально-техническое оснащение, внешние связи и открытость социуму.

Кадровый потенциал является одним из важнейших элементов в процессе формирования бренда, положительной репутации «президентского кадетского училища». Оренбургское ПКУ по всем направлениям деятельности комплектуется высокопрофессиональными специалистами. К проведению отдельных лекционных и практических занятий по дисциплинам привлекается профессорско-преподавательский состав федеральных вузов. Занятия по физической культуре и спорту проводятся под руководством действующих



офицеров, имеющих образование по профилю «физическая культура». В училище развивается система корпоративного обучения с использованием внешних и внутренних ресурсов, что позволяет включить педагогических сотрудников в процесс непрерывного повышения квалификации.

Организация учебного процесса также является важным фактором в формировании бренда «президентское кадетское училище». Оренбургское ПКУ разрабатывает свою оригинальную систему обучения и воспитания, где приоритетными являются создание условий для самовоспитания и самообразования кадет, стимулирование и поддержка инициатив обучающихся, обучение различным способам деятельности, жизненному проектированию. Образовательный процесс организуется на основе учебного сотрудничества, предполагающего переход от модели взаимодействия «конкуренция» - к модели взаимодействия «кооперация». Отличительная особенность президентского кадетского училища - ранняя профильная подготовка кадет, интеграция основного и дополнительного образования, максимальное использование IT-технологий, направленное на решение образовательных задач.

Существенным фактором в процессе формирования бренда «президентское кадетское училище» является материально-техническая база. Для будущих кадет и их родителей (законных представителей) важно, что образовательное учреждение имеет благоустроенное общежитие, спортивные комплексы, бассейн, мультимедийное оборудование, оснащено современными электронными и печатными учебными пособиями.

Оренбургское ПКУ постоянно расширяет собственное образовательное пространство, которое рассматривает как залог динамичного и успешного развития. Окружающая среда для президентского кадетского училища является источником многообразных дополнительных ресурсов, позволяющих повышать качество образования. Партнерские отношения устанавливаются с довузовскими общеобразовательными учреждениями Министерства обороны



Российской Федерации, Центральным военным округом, высшими учебными заведениями страны и региона, учреждениями культуры, зарубежными и отечественными языковыми школами, посольствами, федеральными структурами Оренбургской области, научными и методическими изданиями.

Анализируя собственный опыт, мы выделили значимые действия по развитию и поддержке бренда «Оренбургское президентское кадетское училище»:

- постоянное изучение потребностей и ожиданий целевой аудитории: абитуриентов, кадет, родителей (законных представителей), Министерства обороны РФ, социальных партнеров, военного сообщества;

- тщательный отбор содержания образовательного процесса на основе отслеживания изменений в запросах потребителей и услугах конкурентов;

- привязка индивидуальности президентского кадетского училища к марочным атрибутам: наличие брендбука, гимна, герба, собственных песен Оренбургского ПКУ, внешний вид кадет, корпоративная форма сотрудников, традиции и ритуалы училища;

- обеспечение устойчивого продвижения образовательных услуг и демонстрация достижений через СМИ, участие в научно-практических конференциях, проведение стажировочных семинаров для специалистов системы образования, открытых конференций для учащихся различных школ, широкое представление кадет на предметных олимпиадах и конкурсах;

- представление собственной системы ценностей средствами кадетской прессы «Президентский кадет», «Кадетское телевидение», сайта учебного заведения, кадетского мюзикла;

- постоянное отслеживание изменения имиджа и элементов позиционирования образовательных услуг, предоставляемых президентским кадетским училищем.

Чтобы сформировать свой бренд, образовательному учреждению требуется время, получить положительные результаты очень быстро крайне



нереалистично. Использование брендинга в системе управления образовательным учреждением в настоящее время есть не веяния моды, а требования современной рыночной среды, заставляющей систематически усиливать конкурентные позиции довузовских образовательных учреждений Министерства обороны РФ.

Список литературы

1. Англо-русский словарь [Текст] / под рук. И. Р. Гальперина. – М. : Русский язык.
2. Макашев М.О. Бренд: профессиональный учебник. – Издательство ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
3. Огилви Д. Рекламный бизнес: исповедь рекламного агента. — М.: Финстатинформ, 1993.
4. Селюков М.В., Шалыгина Н.П. Бренд-технологии в системе управления высшим учебным заведением // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 5.

