



Требования к созданию портфолио участника *Областного конкурса народного творчества* «Кладовая солнца» в номинации «Образовательный бренд территории»

Наталья Игоревна Малышок,
заместитель директора ГБОУ ДО СО СДДЮТ
член жюри конкурса



РЕГИОНАЛЬНЫЙ
МОДЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР
САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ

Образовательный бренд – это **влияние**



Развитие территории

Вклад в социально-экономический
рост



Культурная среда

Сохранение и трансляция ценностей



Образовательные возможности

Новый уровень доступности



Узнаваемость муниципалитета

Позитивный имидж во внешней среде

Бренд возникает там, где проект становится **точкой притяжения**

ГЛАВНЫЙ ВОПРОС ЭКСПЕРТОВ

“Что изменилось на территории
благодаря вашему проекту?”

Имеет проект перспективу развития и масштабирования?

Работает проект на будущее детей?

Есть уникальная визуальная составляющая?

Реализовано сетевое партнерство?

Отвечает проект запросам региона?

Усиливает проект культурную идентичность территории?

Уникален проект?

Структура сильной конкурсной работы



Актуальность

Значимость
проблемы
для региона



**Связь
с территорией**
Учет локального
контекста



Целевая аудитория
Четкий портрет
участников



Партнёрство
Подтверждённое
взаимодействие



Экономика
Устойчивость и
ресурсы

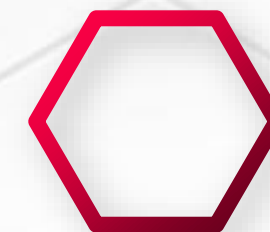
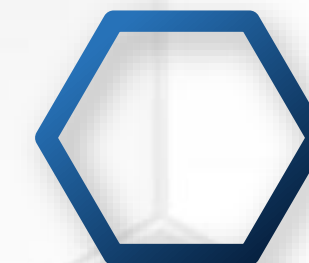


Результаты
Качественные и
количественные



Узнаваемость
Визуальный стиль
и имидж

Первый шаг – задача территории



БЫЛО

СТАЛО

Утрата традиций

Реализуются программы, направленные на сохранение этнокультурного наследия региона

Нет событий для конкретной категории участников

Появился фестиваль для детей с ограниченными возможностями здоровья

Низкая вовлеченность социальных партнеров

Формируется активное сообщество

Бренд территории не создаётся в одиночку

ПОКАЖИТЕ В ПОРТФОЛИО



Кто ваши партнёры

Договоры о сотрудничестве, письма



Какова их роль

Финансирование, площадка, информационная поддержка



Общие результаты

Что создано вместе, чего нельзя было достигнуть по отдельности

Ресурсы развития проекта

Государственные и муниципальные учреждения не могут ставить целью реализовывать проекты для привлечения прибыли, но экспертам нужно видеть механизмы устойчивой реализации

Платные образовательные услуги

В рамках устава учреждения



Партнерские проекты

Ресурсная поддержка



Софинансирование мероприятий

Объединение бюджетов с другими организациями



Образовательный туризм

Реализация через партнёров-туроператоров



Грантовая поддержка

Фонды, конкурсы, субсидии



Говорите цифрами

Конкретика – лучший аргумент для жюри



500+

количество
участников



3

района
охвата



12

ключевых
событий



25

наград
обучающихся

Если нет измеримого результата – нет бренда

Бренд должен быть **узнаваем**



Логотип

Визуальный символ проекта



Единый стиль

Цветовая гамма и шрифты



Сайт и соцсети

Цифровая активность бренда



Публичные события

Мероприятия и акции



Брендовая продукция

Мерч и атрибутика

СНАЧАЛА СМЫСЛ – ПОТОМ ДИЗАЙН

Проверьте себя перед подачей заявки

Убедитесь, что в вашем портфолио отсутствуют эти распространенные недочеты, снижающие экспертную оценку



Описание учреждения вместо проекта

Жюри оценивает инициативу, а не историческую справку



Простое перечисление мероприятий

Отсутствует системность, связность. Мероприятия не работают на цель



Нет связи с территорией

Может реализовываться где угодно
Утеряна уникальность локализации



Отсутствуют партнеры

Изолированность учреждения
показывает слабость бренда



Нет конкретных результатов

Общие фразы вместо измеримых показателей и фактов



Только визуал без содержания

Красивый брендбук не заменят смыслового наполнения и значимости