O="МБОУ ДО ""Свежий ветер""", CN="
Мурышова Светлана Владимировна,
директор", E=veter@edu.tgl.ru
00 e1 fc 71 5f c9 44 55 b0
2026-10-28 16:29:51

Муниципальное бюджетное образовательное
учреждение дополнительного образования
«Центр творчества «Свежий ветер»
городского округа Тольятти
445028, РФ, Самарская область, г. Тольятти,
ул. Революционная 72, тел.33-31-53.
email: veter@edu.tgl.ru; сайт: jveter.ru

Методические рекомендации
по созданию бренда детского объединения
в дополнительном образовании



Разработчики:

Костюкова Алена Андревна,

Дрыгайлова Наиля Маратовна,

Стегалина Людмила Анатольевна,

методист

Тольятти, 2026

Аннотация

Методические рекомендации по созданию бренда детского объединения в дополнительном образовании представляют пошаговый алгоритм создания и продвижения бренда детского объединения в системе дополнительного образования.

Цель методических рекомендаций: Оказать практическую помощь педагогам дополнительного образования в формировании устойчивого, узнаваемого и привлекательного бренда детского объединения для повышения его конкурентоспособности и эффективности деятельности.

Для достижения этой цели рекомендации решают следующие задачи:

- систематизировать процесс создания бренда, разбив его на понятные этапы (от определения миссии до оценки эффективности);
- вооружить педагогов конкретными инструментами для разработки визуальной айдентики, коммуникационной стратегии и маркетинговых мероприятий;
- способствовать повышению мотивации, лояльности и сплоченности воспитанников через их вовлечение в создание ценностей объединения;
- обеспечить рост количественного и качественного состава групп за счет привлечения новых детей и родителей;
- сформировать единый стандарт качества представления детского объединения во внешней среде.

Материал структурирован по пяти ключевым направлениям:

1.Аналитический блок: определение миссии, целей и ценностей объединения как смыслового ядра бренда.

2.Визуальная идентификация: разработка логотипа, выбор цветовой палитры и создание пакета фирменных материалов.

3.Коммуникационная стратегия: ведение социальных сетей, использование видеоконтента и организация обратной связи с родителями и воспитанниками.

4.Инструменты продвижения: применение наглядной рекламы, организация дней открытых дверей и проведение мастер-классов для привлечения аудитории.

5.Оценка эффективности: методы мониторинга результатов и корректировки маркетинговой стратегии на основе анализа данных.

Рекомендации предназначены для педагогов дополнительного образования, методистов и руководителей детских коллективов. Они направлены на формирование устойчивого положительного имиджа, повышение конкурентоспособности и узнаваемости объединения, а также на эффективное привлечение новых участников.

Методические рекомендации по созданию бренда детского объединения в дополнительном образовании

Создание бренда детского объединения — это комплексный процесс, который включает в себя разработку концепции, дизайна, коммуникационной стратегии и маркетинговых инструментов.

Ниже представлены ключевые рекомендации для педагогов, которые помогут в этом процессе.

1. Анализ и определение миссии и ценностей

- Определите цель: Чего вы хотите достичь с помощью бренда? Это может быть привлечение большего количества учеников, повышение узнаваемости или формирование определенного имиджа.

- Сформулируйте миссию: Зачем существует ваше объединение и какую пользу оно приносит детям и обществу? Четкая миссия и ценности должны быть отражены в бренде.

2. Разработка фирменного стиля

- Логотип: Создайте уникальный и запоминающийся логотип, который будет ассоциироваться с вашим объединением. Он должен быть простым, но выразительным.

- Цветовая палитра: Определите основные цвета, которые будут использоваться в вашем бренде. Они должны отражать дух и ценности вашего объединения.

- Фирменные материалы: Разработайте визитки, буклеты, плакаты и другие материалы, которые будут использоваться для продвижения вашего объединения.

3. Коммуникационная стратегия

- Социальные сети: Создайте страницы вашего объединения в популярных социальных сетях (ВКонтакте, MAX и др.). Регулярно обновляйте контент, делитесь успехами детей, проводите опросы и обсуждения.

- Видеоматериалы: Используйте видео для продвижения. Это могут быть ролики о занятиях, интервью с детьми и родителями, а также отчеты о мероприятиях.

- Обратная связь: Налаживайте коммуникацию с родителями и детьми. Проводите опросы, чтобы узнать их мнение о деятельности объединения и возможных улучшениях.

4. Реклама и продвижение

- Наглядная реклама: Используйте афиши, листовки, выставки работ воспитанников и рекламные концерты для привлечения внимания к вашему объединению.

- Дни открытых дверей: Организуйте мероприятия, на которых потенциальные ученики и их родители смогут познакомиться с вашим объединением, задать вопросы и увидеть, как проходят занятия.

- Мастер-классы: Проводите открытые занятия и мастер-классы, чтобы продемонстрировать свои программы и привлечь новых участников.

5. Оценка эффективности

- Мониторинг: Регулярно оценивайте эффективность ваших рекламных кампаний и мероприятий. Анализируйте количество записавшихся детей,

активность в социальных сетях и обратную связь от родителей.

- Корректировка стратегии: На основе полученных данных вносите изменения в свою стратегию, чтобы улучшить результаты.

Следуя этим рекомендациям, вы сможете создать сильный и узнаваемый бренд вашего детского объединения, который будет привлекать внимание и интерес детей и их родителей.

Информационные источники

Ванькина И. В., Егоршин А. П., Кучеренко В. И. Маркетинг образования: учебное пособие. — 2007.

Власова Ю. Ю., Пустыльник М. Л., Вержбицкая С. В. Воспитательный потенциал бренда образовательной организации // Отечественная и зарубежная педагогика. — 2021. — Т. 1, № 1 (74).

Музыкант В. П. Формирование бренда средствами PR и рекламы: учебное пособие для вузов. — М.: Экономистъ, 2004.

Панкрухин А. П. Маркетинг образовательных услуг.

Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. — М.: Омега-Л, 2007.

Трофимов Д. В., Доника А. Д., Одинокова О. Д. Продвижение бренда учреждения дополнительного образования в сети Интернет с использованием аудиовизуального контента // КиберЛенинка, 2023.

Шемятихина Л. Ю. Маркетинг в образовании: учебно-методический комплекс. — Екатеринбург: УрГПУ, 2007.

Специализированная литература по дополнительному образованию и детским объединениям:

Гришкина О. Б. Методические рекомендации по созданию бренда объединения для педагогов дополнительного образования. — ДДТ "Созвездие", 2025.

Малыхина Л. Б., Трегубова Л. Б. Технология маркетингового исследования в учреждении ДОД // Дополнительное образование и воспитание. — 2011. — № 10.

Селиверстова И. А., Семенова М. Л. Модель управления брендингом в образовательной организации // Вестник ЧГПУ. — 2024.2 источника

Приложение №1

Варианты методического описания творческого мероприятия для младших школьников

Краткая структура методического описания творческого мероприятия для младших школьников

Вариант 1

1. Паспорт мероприятия
   - Название, форма (квест, мастерская, проектная лаборатория)
   - Возраст: 7–11 лет
   - Продолжительность, место проведения
2. Цели и задачи
   - Развитие инновационного и креативного мышления
   - Формирование междисциплинарных компетенций
   - Освоение цифровых технологий
3. Междисциплинарный подход
   - Интеграция 2–3 предметных областей (например: искусство + технология + экология)
   - Примеры заданий на стыке дисциплин
4. Инновационное развитие
   - Акцент на генерацию новых идей, нестандартные решения
   - Использование современных педагогических и цифровых методик
5. Цифровые технологии
   - Инструменты: планшеты, интерактивная доска, образовательные платформы (Scratch Jr, Tinkercad, Kahoot)
   - Этапы: поиск информации, совместное проектирование, создание цифрового продукта
6. Методика проведения
   - Вводный этап (мотивация, постановка задачи)
   - Основной этап (работа в командах, цифровые инструменты)
   - Заключительный этап (презентация, рефлексия)
7. Оценка и рефлексия
   - Критерии: креативность, командная работа, цифровые навыки
   - Формы: самооценка, обсуждение, мини-выставка работ
8. Краткое описание результатов
   - Какие инновационные идеи/продукты созданы
   - Какие цифровые и междисциплинарные навыки освоены

Вариант 2

1. Паспорт мероприятия

- Название, форма (квест, мастерская, хакатон, проектная лаборатория)
- Возраст: 7–11 лет

- Продолжительность: 1–2 часа
- Организаторы, партнёры

2. Цели и задачи

- Развитие инновационного и креативного мышления
- Формирование навыков конвергентного (синтезирующего) подхода: объединение знаний из разных областей
- Освоение базовых цифровых технологий (планшеты, интерактивные доски, образовательные платформы, простые редакторы)

3. Конвергентный подход

- Интеграция 2–3 предметных областей (например: искусство + технология + экология)
- Примеры заданий: создание цифрового комикса о природе, разработка мини-игры на тему безопасности, коллективное конструирование 3D-модели

4. Использование цифровых технологий

- Инструменты: планшеты, интерактивная доска, образовательные приложения (Scratch Jr, Tinkercad, Kahoot), онлайн-платформы для совместной работы
- Этапы: поиск информации, совместное проектирование, создание цифрового продукта, презентация результатов

5. Методика проведения

- Этапы: вводный (мотивация, постановка задачи), основной (работа в командах с цифровыми инструментами), заключительный (презентация, рефлексия)
- Методы: проектная деятельность, игровые механики, мозговой штурм, быстрые творческие задания

6. Оценка и рефлексия

- Критерии: креативность, командная работа, умение использовать цифровые инструменты, оригинальность решения
- Формы: самооценка, обсуждение в группе, мини-выставка цифровых работ

7. Краткое описание результатов

- Какие инновационные идеи/продукты созданы
- Какие цифровые навыки освоены
- Примеры детских работ (по возможности — фото, ссылки на проекты)

Такая структура позволяет лаконично и системно описать любое современное творческое мероприятие для младших школьников с акцентом на инновации, междисциплинарность и цифровые технологии.

Приложение №2

Рекомендации
по структуре творческих мероприятий
«Создание бренда детского объединения»

Создание бренда детского объединения – это увлекательный процесс, который можно превратить в серию игровых и творческих мероприятий. Вот несколько простых, но интересных идей, которые подойдут для направлений ИЗО, лего, театр, ДПИ и спорт.

1. «Брендинговая мастерская» (для всех направлений)

Это серия коротких встреч, где дети сами создают элементы своего бренда.

- Придумываем название и девиз. Можно устроить мозговой штурм или игру в ассоциации. Например, для театральной студии — «Сцена без границ», для лего-клуба — «Архитекторы будущего».
- Создаём логотип. Для ИЗО и ДПИ — это классическая задача: нарисовать эмблему. Для лего — собрать логотип из деталей конструктора. Для спорта — придумать динамичный знак. Для театра — изобразить маски или софиты.
- Разрабатываем фирменные цвета. Дети выбирают 2–3 основных цвета, которые будут ассоциироваться с их объединением, и объясняют свой выбор.

2. «День открытых идей» (презентация бренда)

Когда основные элементы готовы, их нужно представить.

- Выставка-визитка. Для ИЗО, ДПИ и лего — это выставка лучших работ, где каждый экспонат сопровождается табличкой с логотипом и названием объединения.
- Короткие скетчи или перформанс. Театральная студия может показать 5-минутную сценку о «рождении» их бренда.
- Спортивный флешмоб. Спортивная секция может показать короткую, но эффектную разминку или элемент выступления, используя единую экипировку с новым логотипом.

3. «Охота за сокровищами бренда» (игровой формат)

Это квест по территории школы или клуба, который знакомит других детей с новым брендом.

- Задания. На каждой станции квеста участники должны выполнить простое задание, связанное с направлением: собрать лего-фигурку, нарисовать эмблему, повторить спортивное движение, изобразить эмоцию.
- Цель. В конце квеста дети получают «сертификат друзей бренда» (наклейку, значок или просто печать с новым логотипом).

4. «Бренд в деле» (создание мерча)

Самый интересный этап — применение бренда на практике.

- Для ИЗО и ДПИ: создание эскизов для значков, нашивок на сумки или кружек.

-Для лего: постройка большого арт-объекта с логотипом.

-Для театра: создание декораций или элементов костюмов с символикой.

- Для спорта: разработка дизайна для командных браслетов, бутылок для воды или номеров.