

EMPLOYER BRANDING w edukacji, czyli jak skutecznie budować markę szkoły i nauczyciela

Rada pedagogiczna

Szkoła podstawowa (4-8)

Szkoła ponadpodstawowa

Szkolenie poświęcone jest employer brandingowi w edukacji oraz budowaniu marki szkoły i nauczyciela. Uczestnicy poznają fundamenty employer branding, jego znaczenie dla funkcjonowania placówek edukacyjnych oraz różnice między employer brandingiem wewnętrznym i zewnętrznym. Szkolenie obejmuje zagadnienia związane z wizją i misją szkoły, strategią marketingową, komunikacją oraz pomiarem efektywności działań.

KORZYŚCI DLA DYREKTORA

- **Świadome budowanie marki szkoły** — lepsze rozumienie, czym jest marka szkoły i dlaczego decyduje o jej sukcesie.
- **Spójna strategia marketingowa** — wsparcie w tworzeniu strategii komunikacji marketingowej szkoły.
- **Budowanie społeczności szkolnej** — wzmocnienie wartości świadomej i zaangażowanej społeczności szkolnej.

KORZYŚCI DLA SZKOŁY / PLACÓWKI

- **Identyfikacja mocnych stron placówki** — możliwość diagnozy atutów szkoły oraz właściwego komunikowania ich otoczeniu.
- **Skuteczna komunikacja z rodzicami i środowiskiem** — dobór działań potwierdzających atuty szkoły we wszystkich obszarach kontaktu z odbiorcami.
- **Pozycjonowanie szkoły na tle innych placówek** — wyróżnienie szkoły na tle konkurencji poprzez konsekwentne działania wizerunkowe.

Po szkoleniu uczestnicy:

- wiedzą, czym jest marka szkoły i dlaczego decyduje o jej sukcesie,
- potrafią zdiagnozować mocne strony szkoły oraz właściwie o nich mówić i pisać,
- potrafią budować markę szkoły w oparciu o jej atuty,
- umieją wyróżnić szkołę na tle konkurencji,
- dobierają działania potwierdzające atuty szkoły w kontaktach z rodzicami,
- potrafią tworzyć strategię komunikacji marketingowej,
- wiedzą, jak mierzyć poziom sukcesu działań.

RAMOWY PROGRAM SZKOLENIA

1. Fundamenty employer branding

- 1. Czym jest employer branding

2. Employer branding w placówkach edukacyjnych

- 1. Specyfika employer branding w edukacji

3. Wizja i misja szkoły

- 1. Rola wizji i misji w budowaniu marki szkoły

4. Budowanie strategii marketingowej

- 1. Założenia i elementy strategii marketingowej

5. Harmonogram działań

- 1. Przygotowanie i wdrażanie działań wizerunkowych

6. Komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna

- 1. Spójność przekazu i kanały komunikacji

7. Jesteś ekspertem – DNA eksperta marki w edukacji

- 1. Rola nauczyciela i szkoły jako eksperta

8. Pomiar efektywności działań

- 1. Ocena skuteczności podejmowanych działań