

ĐỊNH HƯỚNG XÂY DỰNG HỆ THỐNG NHẬN DIỆN THƯƠNG HIỆU CÁC TRƯỜNG MẦM NON THỰC HÀNH THUỘC TRƯỜNG CAO ĐẲNG SƯ PHẠM TRUNG ƯƠNG

ThS. PHẠM MINH TÙNG

Trường Cao đẳng Sư phạm Trung ương

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, nhiều trường mầm non quốc tế và các trường mầm non tư thục có những bước tiến đột phá trong giáo dục và chăm sóc trẻ, cùng với việc đầu tư cơ sở vật chất đang được xã hội cũng như các bậc phụ huynh rất quan tâm. Ngoài việc chú trọng đến chất lượng, dịch vụ, các trường đều rất chú ý đầu tư hình ảnh nhà trường nhằm thu hút sự quan tâm và tăng sự tin nhiệm của cha mẹ học sinh (CMHS).

Các trường mầm non thực hành (MNTH) thuộc Trường Cao đẳng Sư phạm Trung ương (CĐSPТУ) được Bộ Giáo dục và Đào tạo cho phép thực hiện mô hình trường chất lượng cao [1]. Do đó, việc đầu tư xây dựng thương hiệu, quảng bá hình ảnh của các trường MNTH cũng là một trong những giải pháp quan trọng nhằm thu hút tuyển sinh, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo ngành Giáo dục Mầm non, khẳng định thương hiệu trong đào tạo giáo viên mầm non với hơn 50 năm truyền thống xây dựng và trường thành.

2. Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu cho nhà trường

2.1. Ý nghĩa của việc xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu

Hệ thống nhận diện thương hiệu (HTNDTH) là sự diễn đạt bản sắc của một nhà trường thông qua các thông điệp hình ảnh, ngôn ngữ, màu sắc, cách thức truyền thông... Mục tiêu của HTNDTH không chỉ tạo sự nhận biết, sự khác biệt, thể hiện những nét đặc thù của nhà trường mà còn hướng tới việc tác động đến nhận thức, tạo cảm giác về quy mô, tính chuyên nghiệp của nhà trường đối với CMHS và công chúng.

HTNDTH cho phép tác động trực tiếp vào hình ảnh nhận thức của CMHS qua các giác quan, giúp thương hiệu được nhận biết và phân biệt với các thương hiệu khác. HTNDTH bao gồm các yếu tố như tên gọi, logo, slogan, giao diện website... được thiết kế đồng bộ, nhất quán để CMHS dễ nhận diện và ghi nhớ thương hiệu.

2.1.1. Giúp các bậc CMHS nhận biết về nhà trường dễ dàng, thuận lợi hơn cho công tác tuyển sinh

HTNDTH khác biệt và dễ nhận biết mang đến cho các bậc CMHS những giá trị cảm nhận về mặt lí tính (chất lượng tốt, thiết kế đẹp...) và cảm tính (tính chuyên nghiệp, có tính cách, đẳng cấp...), sẽ mang tính thuyết phục và hấp dẫn cao, tạo tâm lí mong muốn được đưa con, em mình đến học tập rèn luyện. Bởi vì họ tin vào thương hiệu cũng như những giá trị ưu việt mà thương hiệu mang đến cho họ.

2.1.2. Tác động vào giá trị của nhà trường

Danh tiếng của thương hiệu là một trong những tài sản giá trị nhất của nhà trường. Một HTNDTH mạnh

sẽ giúp xây dựng nhanh chóng tài sản thương hiệu thông qua sự tăng trưởng về mặt nhận thức, sự hiểu biết, sự tin tưởng đối với thương hiệu, nó làm cho giá trị thương hiệu tăng trưởng một cách bền vững như: Tạo niềm tin trong việc nâng cao và duy trì sự đóng góp của CMHS; dễ dàng gọi vốn đầu tư ...

2.1.3. Tạo niềm tự hào cho cán bộ, giáo viên

Hình ảnh chuyên nghiệp của nhà trường thông qua HTNDTH cũng làm cho đội ngũ cán bộ giáo viên nhà trường cảm thấy tự hào hơn, trung thành hơn và muốn phấn đấu xây dựng thương hiệu của nhà trường nhiều hơn.

2.1.4. Tạo lợi thế cạnh tranh bền vững

Những cơ sở giáo dục có chất lượng, dịch vụ tốt nhưng CMHS và xã hội không biết đến hình ảnh nhà trường vì chưa xây dựng HTNDTH, hình ảnh đang mờ nhạt, chậm so với xu hướng mới sẽ gặp nhiều khó khăn trong công tác tuyển sinh.

2.1.5. Giảm chi phí cho quảng cáo

HTNDTH của một nhà trường là cách làm quảng cáo tới CMHS - khách hàng sử dụng dịch vụ. HTNDTH hiện diện trên các sản phẩm mọi lúc, mọi nơi để quen thuộc với người dùng sẽ giảm chi phí rất nhiều cho việc quảng bá hình ảnh nhà trường. Việc vận dụng linh hoạt HTNDTH để giới thiệu hình ảnh đơn vị mình mọi lúc, mọi nơi sẽ làm tăng số lượng CMHS quan tâm đến trường, nhằm mở rộng thị trường mà không mất thêm chi phí cho quảng cáo. Có HTNDTH thì việc lan truyền trên các phương tiện đại chúng, mạng xã hội và trong tâm trí người sử dụng rất thuận lợi, có tính lan tỏa cao.

Muốn tạo sự đột phá mới thì việc xây dựng HTNDTH là rất cần thiết. HTNDTH sẽ tái tạo sức sống, kích thích nội lực của mỗi đơn vị, khẳng định vị thế và sức mạnh khi cạnh tranh với đối thủ. Khi có được một thương hiệu mạnh chất lượng, cùng một HTNDTH chuyên nghiệp có tính thẩm mỹ thì lợi thế cạnh tranh mang tính bền vững cao.

2.2. Các sản phẩm của HTNDTH

HTNDTH bao gồm các loại hình và cách thức mà thương hiệu có thể tiếp cận với CMHS như: Logo trường, khẩu hiệu, danh thiếp, phong bì, túi xách, bao bì, nhãn mác; biển, bảng rôn quảng cáo; các mẫu quảng cáo trên Media; các vật phẩm và ấn phẩm hỗ trợ quảng cáo (tờ rơi, poster, catalog, dây cờ, áo, mũ...); các phương tiện vận tải; bảng hiệu nhà trường; các loại ấn phẩm văn phòng; các hình thức PR, sự kiện khác... HTNDTH chính là những gì mà CMHS nhìn thấy, nghe thấy về thương hiệu nhà trường trong cuộc sống hàng ngày. Do đó, cần thiết kế nhất quán trong phong cách, chuyên nghiệp trong truyền thông; khả năng ấn tượng, tạo thiện cảm và

kích thích tiêu dùng mạnh mẽ; truyền tải được bản sắc văn hóa và quy mô của nhà trường.

2.3. Những yêu cầu đối với việc xây dựng HTNDTH

- **Tính khác biệt:** Khi việc cạnh tranh trên thị trường ngày càng khốc liệt thì các thương hiệu cần xác định tính khác biệt để tạo ra sự nhận thức rõ ràng của khách hàng;

- **Tính liên quan:** Để tạo ra nhu cầu của khách hàng, các thương hiệu cần kết nối chặt chẽ, cần hiểu và đáp ứng nhu cầu, khát vọng, mối quan tâm của đối tượng khách hàng;

- **Sự gắn kết:** Tất cả các thông điệp, giao tiếp, truyền thông, các kinh nghiệm, việc cung cấp sản phẩm cần có mối liên quan tạo ra một thể thống nhất có ý nghĩa và tạo ra giá trị;

- **Được ưa chuộng:** Một thương hiệu có tính khác biệt, liên quan đến khách hàng, có tính gắn kết là thương hiệu tạo ra giá trị cho nội bộ thương hiệu đó và khách hàng. Được yêu thích là kết quả cuối cùng của sự tôn trọng mà khách hàng dành cho thương hiệu.

3. Thực tế xây dựng HTNDTH cho trường MNTH

3.1. Tính cần thiết

Trường CDSPTU là một trong những cơ sở đào tạo giáo viên mầm non có chất lượng và uy tín với hệ thống 3 trường MNTH: Trường MNTH Hoa Thủy Tiên, Trường MNTH Hoa Hồng, Trường MNTH Hoa Sen. Đây vừa là nơi để sinh viên thực hành, thực tập vừa là cơ sở giáo dục và chăm sóc cho trên 3000 trẻ.

Đề tạo sự khác biệt, thể hiện nét đặc trưng của trường tác động đến nhận thức, tạo cảm giác về quy mô, tính chuyên nghiệp, quy trình làm việc khoa học, mang đậm bản sắc văn hóa của cơ sở giáo dục, chính là việc xây dựng và sử dụng hiệu quả HTNDTH. Sự nhất quán của HTNDTH và việc sử dụng đồng bộ các phương tiện truyền thông sẽ làm cho mối quan hệ giữa nhà trường với CMHS và xã hội trở nên dễ dàng và gắn gũi hơn. CMHS tìm đến trường một cách chủ động, họ tự tin ra quyết định gửi con vào nhà trường vì họ tin vào thương hiệu cũng như những giá trị mà thương hiệu mang đến cho họ.

3.2. Thực trạng việc xây dựng HTNDTH

Hiện nay, nhiều trường mầm non quốc tế và trường mầm non tư thục sử dụng hình thức quảng bá này để góp phần đem lại thành công nhất định trong quá trình xây dựng thương hiệu của mình, như các trường: Hana Press school, Yecxanh, Thăng Long Kidsmart, Koalalhouse... (ở Hà Nội) và nhiều trường mầm non chất lượng cao khác ở TP. Hồ Chí Minh.

Các trường MNTH thuộc Trường CDSPTU đã xây dựng logo nhưng chưa thể hiện được mô hình cơ cấu là đơn vị trực thuộc Trường CDSPTU và chưa hình thành HTNDTH. Nguyên nhân chính là do chưa nhận thức đầy đủ về vai trò và chức năng của HTNDTH đối với việc quảng bá hình ảnh nhà trường nhằm tạo điểm nhấn với CMHS.

4. Định hướng xây dựng HTNDTH cho trường MNTH thuộc Trường CDSPTU

4.1. Nghiên cứu xây dựng HTNDTH của Trường CDSPTU

Trường Cao đẳng Sư phạm Nhà trẻ - Mẫu giáo

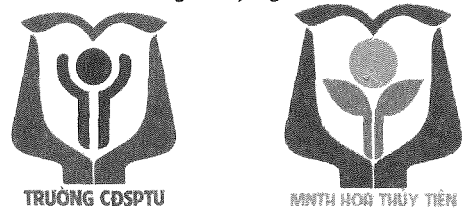
Trung ương I được thành lập từ năm 1988, được đổi tên thành Trường CDSPTU từ tháng 01 năm 2006. Cơ cấu Trường CDSPTU gồm: 09 phòng, 09 khoa đào tạo, 03 trung tâm, 03 trường MNTH.

Việc xây dựng HTNDTH mang đặc trưng, bản sắc riêng của Trường CDSPTU là hết sức cần thiết và quan trọng; là một phần không thể tách khỏi sự phát triển của nhà trường để đem lại sự ổn định, nâng cao năng lực cạnh tranh và là cầu nối quan trọng giữa nhà trường và sinh viên.

Trường CDSPTU đang trong quá trình xây dựng HTNDTH, trường đã xây dựng được HTNDTH cho 9 khoa đào tạo và 03 trung tâm trực thuộc, bước tiếp theo là xây dựng HTNDTH cho các trường MNTH để có tính đồng bộ cao nhưng vẫn có màu sắc riêng.

4.2. Thiết kế bộ nhận diện thương hiệu Trường MNTH Hoa Thủy Tiên

4.2.1. Thiết kế logo và ý nghĩa



Tổng thể logo Trường CDSPTU và Trường MNTH Hoa Thủy Tiên được thiết kế vững chắc trên bề đỡ với dòng chữ "TRƯỜNG CDSPTU" và "MNTH HOA THỦY TIÊN": Khẳng định toàn bộ đường hướng phát triển của nhà trường được định hướng trên một phương châm hoạt động thống nhất, ổn định và phát triển.

Biểu trưng bên ngoài là hình hai bàn tay áp chặt vào nhau liền khối thể hiện tinh thần đoàn kết và khát vọng vươn lên chinh phục khoa học công nghệ mới; thể hiện đôi bàn tay nâng niu và chăm sóc trẻ; quyết tâm hội nhập quốc tế của nhà trường. Biểu trưng bên ngoài thống nhất chung cho toàn trường, bên trong là đặc trưng riêng của từng đơn vị.

Biểu trưng bên trong của logo Trường MNTH Hoa Thủy Tiên là hai mầm xanh vươn lên như vừa đón nhận vừa nâng niu chăm sóc những "mặt trời bé con"; đó cũng là hình ảnh bông hoa Thủy tiên khoe sắc cam, với thông điệp dành tình yêu thương trẻ thơ, cùng nhau chung tay sáng tạo ra những giá trị tương lai của đất nước.

4.2.2. Lựa chọn màu sắc và ý nghĩa

Toàn bộ HTNDTH được thiết kế với 3 màu: Xanh cây, xanh cỏm, vàng cam và gam màu chủ đạo là xanh có điểm vàng cam để tạo điểm nhấn, với ý nghĩa:

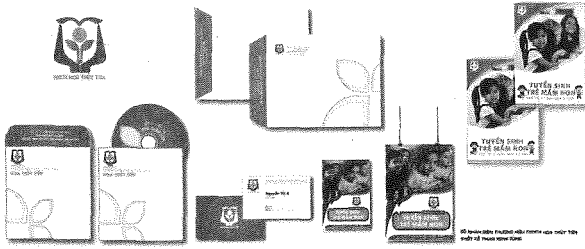
- Màu xanh cây: Thể hiện sự hài hòa, tươi trẻ, niềm tin mạnh mẽ vào sự thành công của chiến lược xây dựng và phát triển của nhà trường;

- Màu xanh cỏm: Nói lên sự thân thiện, trẻ trung và năng động;

- Màu vàng cam: Tạo cảm giác về thể cân bằng; tương trưng cho sự chắc chắn, vững chãi.

Thiết kế đồng phục Trường MNTH Hoa Thủy Tiên

Được thiết kế với gam màu chủ đạo là vàng cam và xanh cây trên cổ áo màu trắng để tạo điểm nhấn cũng như dễ để nhận diện theo thiết kế tổng thể của cả HTNDTH. Đồng phục giúp CMHS yên tâm hơn về trang phục của con mình mỗi khi tới trường, bởi đồng



phục được thiết kế với chuẩn mực về gam màu, tỉ lệ, kích thước để các bé thoải mái trong vận động, vui chơi và học tập, phù hợp với môi trường mầm non. Bên cạnh đó, cha mẹ các em giảm được gánh nặng về tài chính khi cha mẹ chỉ phải mua đồng phục sẵn có với chi phí thấp.

5. Kết luận

Định hướng phát triển của Trường CĐSPTƯ trong giai đoạn mới là phần đầu trở thành trung tâm đào tạo và nghiên cứu có uy tín trong nước về giáo dục mầm non và một số ngành khoa học xã hội và nhân văn có liên quan. Một trong những giải pháp quan trọng để đổi mới, nâng cao chất lượng đào tạo là xây dựng 03 Trường MNTH theo mô hình chất lượng cao.

Cùng với chủ trương đẩy mạnh xã hội hóa giáo dục mầm non, trên lộ trình xây dựng mô hình trường mầm non chất lượng cao, nhiều tiêu chí được đặt ra và được xem xét, đánh giá một cách khắt khe để tạo

nên chất lượng trong hoạt động giáo dục. Bộ nhận diện thương hiệu là một yếu tố góp phần khẳng định “tên tuổi” của nhà trường. “Một thương hiệu mạnh phải có một HTNDTH mạnh”.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. Bộ Giáo dục và Đào tạo, (2012), Công văn về việc cho phép Trường Cao đẳng Sư phạm Trung ương thực hiện thí điểm mô hình trường mầm non chất lượng cao.

[2]. Trường Cao đẳng Sư phạm Trung ương, (2014), Xây dựng trường mầm non chất lượng cao: Thực tiễn và Giải pháp, Kỷ yếu Hội thảo khoa học, tháng 4/2014.

SUMMARY

Brand identity system is the expression of school identity through images, language, color, media types... The practical preschools belonging to the National College for Education were approved to implement high quality school models. Thus, investment in building brand, promoting its image is one of the important measures to attract enrollment, contribute to improving quality of Early Childhood Education sector, and confirm its brand in training preschool teachers with over 50 years of its traditional development and maturity.

Keywords: Brand identity system, preschool education, practice, College for Education.

ỨNG DỤNG HỆ THỐNG THÔNG TIN... (Tiếp theo trang 47)

chương trình giảng dạy; 2. Viết kế hoạch biên tập bản đồ; 3. Thu thập số liệu thống kê trên các website: <http://www.gso.gov.vv>, <http://fsiu.mard.gov.vn/data/trongtrot.htm>; 4. Xử lý số liệu; 5. Liên kết số liệu với bản đồ; 6. Chuẩn hóa cơ sở dữ liệu thống nhất cho các bản đồ cùng tỉ lệ; 7. Biên tập; 8. Xuất bản đồ sang ảnh dưới các định dạng (*JPG, *BITMAP) để in ấn hoặc trình chiếu trên PowerPoint.

5. Xây dựng bản đồ địa lí địa phương

Bản đồ địa lí địa phương dùng trong giảng dạy cũng là dạng bản đồ giáo khoa treo tường, vì vậy khi xây dựng các bản đồ địa lí địa phương phải đảm bảo các tính chất khoa học của bản đồ giáo khoa tường.

Căn cứ vào nội dung chương trình địa lí địa phương của lớp 9, lớp 12 để GV có thể xây dựng một hoặc xeri bản đồ.

Các bản đồ địa lí địa phương gồm: Bản đồ địa lí tự nhiên; Bản đồ dân cư; Bản đồ công nghiệp; Bản đồ nông nghiệp; Bản đồ du lịch; bản đồ thương mại...

Các bước xây dựng bản đồ giáo khoa gồm: 1. Xác định các bản đồ; 2. Viết kế hoạch biên tập bản đồ cho từng nội dung bản đồ; 3. Thu thập số liệu thống kê (niên giám thống kê của tỉnh); 4. Xử lý số liệu, nhập số liệu; 5. Liên kết số liệu với bản đồ; 6. Biên tập; 7. Xuất bản đồ sang ảnh dưới các định dạng (*JPG, *BITMAP) để in ấn hoặc trình chiếu trên PowerPoint.

6. Kết luận

Với những ưu việt của hệ thống thông tin địa lí trong việc cập nhật dữ liệu, biên tập và xuất bản

những bản đồ mới đáp ứng những yêu cầu trong công tác dạy học góp phần nâng cao chất lượng giảng dạy địa lí ở trường phổ thông.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. Lâm Quang Đốc, (2003), Bản đồ giáo khoa, NXB Đại học Sư phạm Hà Nội.

[2]. Lê Thông (Tổng Chủ biên) - Nguyễn Viết Thịnh (Chủ biên), (2007), Địa lí 12, NXB Giáo dục.

[3]. BorDen D. Dent, Cartography Thematic Map Design, WCB/ Mc Graw - Hill ADivision of the McGraw Hill Companies.

[4]. K.A. Xalisp, (2005), Bản đồ học (sách dịch), NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

[5]. Patrick Wiegand, (2006), Learning and teaching with Maps, New York.

SUMMARY

In teaching, maps were used as materials for lesson planning, test old lessons, new lectures, guide students to practice skills, doing exercises, maps were regarded as 2nd textbook in Geography. Thanks to advantages in Geographic Information System, new maps were updated, edited and published to meet requirements of teaching, making contribution to improving quality of teaching Geography at general schools.

Keywords: Geographic Information System, map, geography.