

Google

Microsoft

Coca-Cola

IBM



Brendiranje i samopromocija

*Promocija zanimanja
Projekt Ministarstva turizma*

- **Brand ili marka** je prepoznatljiva oznaka ili ime nekog proizvoda, koje često podrazumijeva i kvalitetu.



- Marka mora stvarati snažni i *trajni identitet* proizvoda i usluge , sažimati osobnost poduzeća i poticati osjećaje povjerenja, korisnosti, dobrobiti i sigurnosti. Osnovna prednost marke proizlazi upravo iz njezine nazočnosti u podsvijesti potrošača/korisnika

Što je to brend?

Elementi brenda

Ime marke - Dio marke koji se može izgovoriti

Znak marke – Vizualni identitet marke (simbol, dizajn, boja)

Zaštitni znak – Zakonita oznaka koja upućuje da vlasnik ima isključivo pravo uporabe marke ili njezina dijela. Oznake ® © ™



A large, stylized red script logo of the word "Coca-Cola" with a registered trademark symbol (®) at the end.

- Prema Davidu A. Aakeru :
- lojalnost marki
- svjesnost o imenu
- percipirana kvaliteta
- asocijacije vezane uz marku u odnosu na percipiranu kvalitetu
- ostale zaštićene vrijednosti (elementi) marke



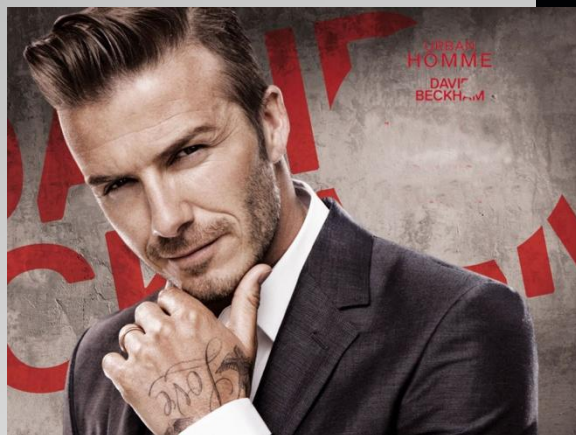
Temeljne vrijednosti marke

• Ime

Disney



• Osoba



• Proizvod



Brendirati se može...

Naši ciljevi

Brendiranje škole

1. Izrada suvenira
2. Snimanje filma o školi
3. Izrada kvalitetne prezentacije (format Prezi)

Zadaci

- animirati učenike za stvaranje marke
- Prikupiti fotografije i pisane materijale za prezentaciju
- Napisati scenarij za film



***Učenički crtež
pretvoriti u suvenir !***

Učenci

- Društvene mreže
- Film

Roditelji

- Letak
- Film
- prezentacija

Ostali

Reklama - film

- Lokalne Tv postaje -film
- Dnevni tisak

- Radio

Ciljane skupine

Način komunikacije/
reklamiranja

Novi trend- stvori svoj brend !

- Ponuditi informacije o radu naše škole
- Ponuditi informacije o mogućnosti polaganja Državne mature i upisa na fakultet
- Ponuditi informacije o programu obrazovanja odraslih
- Naučiti kako osmisliti i proizvesti svoj proizvod
- Razviti pozitivan stav o strukovnim školama



Brendiranje škole

Literatura:

1. Brendiranje i samopromocija : emocionalni marketing, Naklada d.o.o., Zadar 2009.