

**UBND QUẬN LONG BIÊN
TRƯỜNG THCS CHU VĂN AN**



SÁNG KIẾN KINH NGHIỆM

**MỘT SỐ BIỆN PHÁP XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU
TRƯỜNG THCS CHẤT LƯỢNG CAO CHU VĂN AN**

Lĩnh vực: Quản lý

Cấp học: THCS

Họ và tên tác giả: Lê Minh Tâm

Chức vụ: Phó hiệu trưởng

ĐT: 038.995.3164

Đơn vị công tác: Trường THCS Chu Văn An

Quận Long Biên – Hà Nội

Long Biên, tháng 03 năm 2025

MỤC LỤC

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

MỤC LỤC

<u>I. ĐẶT VẤN ĐỀ</u>	3
1. Lí do chọn đề tài	3
2. Đối tượng nghiên cứu	2
3. Phạm vi nghiên cứu	2
4. Phương pháp nghiên cứu	2
<u>II. GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ</u>	4
1. Cơ sở lí luận	4
1.1. <i>Khái niệm xây dựng thương hiệu</i>	4
1.2. <i>Khái niệm xây dựng thương hiệu trường chất lượng cao</i>	2
2. Cơ sở thực tiễn	3
2.1. <i>Thuận lợi</i>	3
2.2. <i>Khó khăn</i>	5
3. Các biện pháp xây dựng thương hiệu	3
4. Hiệu quả sáng kiến kinh nghiệm	6
<u>III. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ</u>	8
1. <i>Hướng phổ biến áp dụng đề tài</i>	8
2. <i>Hướng nghiên cứu tiếp theo của đề tài</i>	8
3. <i>Khuyến nghị và đề xuất</i>	8
<u>IV. TÀI LIỆU THAM KHẢO</u>	9
<u>PHỤ LỤC</u>	10

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

1. Lí do chọn đề tài

Xây dựng và phát triển một số cơ sở giáo dục trên địa bàn Thủ đô theo các tiêu chí chất lượng cao là một chủ trương đúng đắn, phù hợp với xu hướng phát triển giáo dục hiện đại và hội nhập quốc tế. Luật Thủ đô có hiệu lực thi hành từ ngày 01/01/2025 là căn cứ pháp lý vững chắc cho việc tiếp tục triển khai mô hình trường chất lượng cao, tạo động lực để ngành GD&ĐT Hà Nội không ngừng phát triển quy mô, nâng cao chất lượng.

Trong bối cảnh phát triển chung của giáo dục Thủ đô, với sự quan tâm, chỉ đạo sát sao của Quận ủy - HĐND - UBND, phòng GD&ĐT quận Long Biên và sự cố gắng, nỗ lực của thầy và trò, trường THCS Chu Văn An đã trở thành một địa chỉ giáo dục đáng tin cậy đáp ứng nhu cầu học tập của học sinh.

Tuy nhiên, đứng trước sự cạnh tranh ngày càng gắt gao trong công tác tuyển sinh đến từ các trường ngoài công lập và trường công lập theo mô hình chất lượng cao trên địa bàn Quận, nhà trường cần phải xây dựng một chiến lược phát triển toàn diện, hiệu quả với hình ảnh thương hiệu uy tín, chất lượng nhằm thu hút đông đảo học sinh và khẳng định vị thế của mình trong hệ thống giáo dục. Bên cạnh đó, trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc, việc xây dựng thương hiệu còn giúp nhà trường gây ấn tượng với cộng đồng, tạo điều kiện thuận lợi trong việc kết nối với các đối tác giáo dục, các tổ chức trong và ngoài nước, tạo ra cơ hội hợp tác, trao đổi, học hỏi và phát triển bền vững. Vì vậy, việc xây dựng hình ảnh thương hiệu không chỉ cần thiết mà còn là chiến lược quan trọng giúp trường THCS Chu Văn An tiếp tục vững vàng, vươn xa.

Là một cán bộ quản lý giáo dục, tôi nhận thức được việc xây dựng thương hiệu trường chất lượng cao là một hành trình có sự liên kết chặt chẽ trong việc thực hiện các mục tiêu và nhiệm vụ trọng tâm để nâng cao chất lượng giáo dục, đáp ứng yêu cầu phát triển đất nước trong thời kỳ mới theo Nghị quyết số 51/NQ-CP ngày 18/3/2025 ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Kết luận số 91-KL/TW ngày 12/8/2024 của Bộ Chính trị tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 29-NQ/TW ngày 04/11/2013 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI “Về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa hội nhập quốc tế”.

Xuất phát từ những lý do trên, tôi đã lựa chọn đề tài ***“Một số biện pháp xây dựng thương hiệu trường THCS chất lượng cao Chu Văn An”*** với mong muốn góp phần vào sự phát triển và khẳng định vị thế của ngôi trường THCS chất lượng cao đầu tiên tại quận Long Biên.

2. Đối tượng nghiên cứu

Biện pháp xây dựng thương hiệu trường THCS Chu Văn An.

3. Phạm vi nghiên cứu

- Đề tài thực hiện tại trường THCS Chu Văn An - quận Long Biên.
- Thời gian nghiên cứu: Từ tháng 6/2024 đến 3/2025.

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp nghiên cứu lý thuyết: nghiên cứu lý thuyết về xây dựng thương hiệu nhà trường.
- Phương pháp nghiên cứu thực nghiệm: tìm hiểu thực tế tại nhà trường, kết hợp với việc phỏng vấn, khảo sát cán bộ, giáo viên, nhân viên, học sinh, phụ huynh nhà trường.
- Phương pháp nghiên cứu khác: phân tích, so sánh, thống kê.

II. GIẢI QUYẾT VẤN ĐỀ

1. Cơ sở lý luận

1.1. Khái niệm xây dựng thương hiệu

Theo Keller, thương hiệu là một tập hợp những liên tưởng trong tâm trí người tiêu dùng, làm tăng giá trị nhận thức của một sản phẩm hoặc dịch vụ. Những liên kết này phải độc đáo (sự khác biệt), mạnh (nổi bật) và tích cực (đáng mong muốn).

Xây dựng thương hiệu là quá trình gắn cho tổ chức, công ty, sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể một ý nghĩa, đặc điểm nhất định bằng cách tạo dựng và định hình vị trí cho thương hiệu trong tâm trí người tiêu dùng.

1.2. Khái niệm xây dựng thương hiệu trường chất lượng cao

Xây dựng thương hiệu trường chất lượng cao là quá trình tạo dựng và phát triển hình ảnh, uy tín và giá trị của một cơ sở giáo dục được công nhận về chất lượng vượt trội trong đội ngũ, cơ sở vật chất, chương trình, phương pháp giảng dạy, dịch vụ chất lượng cao. Xây dựng thương hiệu trường chất lượng cao là cam kết về sự phát triển toàn diện của học sinh trong môi trường giáo dục hiện đại và sáng tạo.

Các yếu tố chính trong xây dựng thương hiệu nhà trường gồm:

- Giá trị giáo dục.
- Chất lượng đội ngũ giáo viên, nhân viên và cán bộ quản lý.
- Cơ sở vật chất và môi trường học tập.
- Chương trình và hoạt động ngoại khóa.
- Giao tiếp và truyền thông.
- Quan hệ với cộng đồng và phụ huynh.

2. Cơ sở thực tiễn

2.1. Thuận lợi

- Nhà trường nhận được sự quan tâm của Quận ủy, HĐND, UBND, phòng GD&ĐT quận Long Biên và sự phối hợp hiệu quả của các cơ quan, ban ngành, đoàn thể phường Giang Biên.

- Trường tọa lạc tại khu vực có cơ sở hạ tầng tốt, kết nối với các khu đô thị và các huyện Gia Lâm, Đông Anh... tạo điều kiện thuận lợi trong việc thu hút học sinh từ khu vực lân cận.

- Hệ thống cơ sở vật chất đồng bộ, hiện đại là một yếu tố quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu.

- Đội ngũ CB, GV, NV nhiệt tình, sáng tạo, đoàn kết, trách nhiệm, có năng lực chuyên môn cao, thích ứng nhanh với yêu cầu đổi mới giáo dục.

- Nhu cầu giáo dục chất lượng cao ngày tăng do phụ huynh ngày càng chú trọng đến chất lượng giáo dục.

- CNTT và chuyển đổi số phát triển tạo điều kiện để nhà trường thực hiện công tác tuyên truyền, thu hút tuyển sinh trên địa bàn toàn Thành phố.

- Cơ chế tự chủ tài chính nâng cao tính chủ động trong khai thác hiệu quả các nguồn thu và đầu tư cho công tác xây dựng thương hiệu.

2.2. Khó khăn

- Các trường quốc tế, dân lập liên cấp, trường theo mô hình chất lượng cao trên địa bàn Quận và Thành phố không ngừng phát triển về quy mô dẫn đến sự cạnh tranh về tuyển sinh và khẳng định thương hiệu dần dần.

- Đội ngũ GV chưa đồng bộ về “chuyên môn sâu” và “tinh thần cống hiến”; thiếu giáo viên biên chế, nòng cốt ở một số bộ môn; lực lượng liên tục biến động do tỉ lệ giáo viên hợp đồng nhiều gây khó khăn trong việc bố trí, phân công chuyên môn.

- Chưa có nhân sự chuyên nghiệp trong quản lý các kênh truyền thông.

3. Các biện pháp xây dựng thương hiệu

3.1. Xây dựng môi trường học tập chất lượng cao

- Xây dựng hệ thống cơ sở vật chất hiện đại: Quản lý khai thác, sử dụng cơ sở vật chất hiệu quả. Tăng cường duy tu, bảo trì, cải tạo cơ sở vật chất. Duy trì khuôn viên trường lớp xanh, sạch, đẹp, an toàn. Bổ sung cơ sở vật chất, trang thiết bị hiện đại đáp ứng yêu cầu hội nhập, đổi mới theo các tiêu chí của trường học thông minh.

- Công tác giáo dục toàn diện: Đẩy mạnh công tác giáo dục đạo đức, pháp luật cho học sinh; kịp thời biểu dương, lan tỏa những tấm gương học sinh có hành động đẹp, việc làm tốt; xây dựng góc tuyên dương “Người tốt, việc tốt” tại

bảng tin trường. Thúc đẩy chất lượng giáo dục đại trà, nâng cao chất lượng giáo dục mũi nhọn. Đẩy mạnh giáo dục STEM trong tổ chức các hoạt động giáo dục. Giáo dục kỹ năng sống cho học sinh, thực hiện rèn luyện “07 thói quen hiệu quả” theo chương trình Leader in me. Lan tỏa phong trào văn hóa, văn nghệ, thể dục thể thao trong nhà trường.

- Xây dựng môi trường phát triển sáng tạo: Duy trì hoạt động các CLB năng khiếu. Mở rộng phạm vi ảnh hưởng của Hội học sinh Chu Văn An với các hoạt động: Spirit Week, Random dance... Tăng cường tổ chức các cuộc thi: Sân khấu hóa các tác phẩm văn học, CVA's Got Talent, CVA's Music Festival. Nâng cao chất lượng công tác tổ chức giải thi đấu thể thao thường niên CVA's Sports Day với các bộ môn: cầu lông, bóng đá, bóng rổ, cờ vua, kéo co.

- Nâng cao chất lượng các dịch vụ chất lượng cao về bán trú, xe đưa đón, chăm sóc sức khỏe. Đẩy mạnh công tác tư vấn tâm lý học đường, xây dựng trường học hạnh phúc. Xây dựng tổ Tư vấn tâm lý, mời các chuyên gia có trình độ chuyên môn cao đến trường để tư vấn theo chuyên đề.

3.2. Phát triển đội ngũ cán bộ quản lý, giáo viên, nhân viên

- Bồi dưỡng về chính trị, tư tưởng, đạo đức, lối sống: Tổ chức cho CB, GV, NV học tập, nghiên cứu Nghị quyết của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước. Phối hợp với các tổ chức đoàn thể trong nhà trường triển khai sâu rộng các cuộc vận động của ngành, tổ chức tốt các phong trào thi đua, các cuộc thi. Đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo. Phát huy tinh thần đoàn kết, tâm huyết, sáng tạo; nêu gương tự học, tự rèn luyện đạo đức, lối sống của CB, GV, NV nhà trường. Tăng cường công tác giáo dục chính trị, tư tưởng, xây dựng tổ chức Đảng và phát triển Đảng viên mới trong nhà trường. Tổ chức các buổi sinh hoạt, tọa đàm đẩy mạnh “Học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh”.

- Bồi dưỡng chuyên môn, nghiệp vụ: Bồi dưỡng đội ngũ CB quản lý, GV đảm bảo đúng quy chế, đúng đối tượng, đúng mục tiêu, sát với yêu cầu công tác, tránh tràn lan, thiếu định hướng. Đa dạng hóa các loại hình đào tạo, bồi dưỡng; duy trì “Tổ GV cốt cán” tập huấn, hỗ trợ cho GV trẻ về chuyên môn giảng dạy, công tác chủ nhiệm; khuyến khích, tạo điều kiện cho CB, GV, NV chủ động học tập, nâng cao trình độ. Nâng cao chất lượng sinh hoạt chuyên môn; duy trì kết nối, giao lưu với trường THCS Trưng Vương - Mê Linh trong phong trào “Nhà trường cùng chung tay phát triển - Thầy cô cùng sẻ chia trách nhiệm”.

- Bồi dưỡng kỹ năng ứng dụng CNTT và chuyển đổi số: Bồi dưỡng thường xuyên cho CB, GV, NV sử dụng thành thạo công nghệ thông tin điện tử, hệ thống trang thiết bị hiện đại, các phần mềm hỗ trợ; phát triển kỹ năng ứng dụng

CNTT và chuyển đổi số phục vụ công việc hàng ngày tại đơn vị theo vị trí việc làm. Tập huấn cho CB, GV, NV sử dụng chữ ký số và hệ thống quản lý hồ sơ sổ sách điện tử.

- Bồi dưỡng kỹ năng giao tiếp, ứng xử: Mời các chuyên gia tâm lý giáo dục, khoa học hành vi chia sẻ về kỹ năng giao tiếp, thiết lập mối quan hệ giữa đồng nghiệp với đồng nghiệp, giữa các thành viên nhà trường với phụ huynh và HS với phương châm “Từ trái tim đến trái tim”. Tổ chức cho CB, GV, NV nhà trường tham gia chương trình bồi dưỡng về kỹ năng sống của công ty FCE.

- Tạo động lực làm việc cho CB, GV, NV với phương châm “Thầy cô giáo hạnh phúc sẽ thay đổi thế giới”: Tạo môi trường làm việc năng động, thi đua lành mạnh, đề cao tinh thần hợp tác và chia sẻ với những điều kiện làm việc tốt nhất để mỗi CB, GV, NV đều tự hào, muốn cống hiến và gắn kết với nhà trường. Đối với GV, NV có năng lực, hết mình cống hiến vì nhà trường thì cần có chính sách hỗ trợ đặc biệt hơn, ví dụ như: hỗ trợ kinh phí học tập, để họ thấy được sự ghi nhận, từ đó có trách nhiệm hơn trong công việc, có ý thức về việc gắn kết bản thân với nhà trường lâu dài. Công tác khen thưởng, kỷ luật đảm bảo khách quan, công bằng, kịp thời. Khen thưởng xứng đáng với những thành viên có thành tích xuất sắc trong công tác giảng dạy và phong trào thi đua. Bổ sung đội ngũ đủ về số lượng và chất lượng, cân đối nguồn lực, tránh tình trạng một cá nhân thực hiện quá nhiều công việc (mặc dù có năng lực) khiến họ nảy sinh tâm lý chán nản, chống đối.

3.3. Xây dựng chiến lược truyền thông hiệu quả

- Đa dạng hóa các hình thức truyền thông: Khai thác có hiệu quả website, kênh youtube, facebook của trường, nhóm zalo của các lớp; Quảng cáo trên báo, tạp chí, đài truyền thanh phường; Tổ chức Ngày hội tuyển sinh... Cập nhật thông tin về hoạt động của nhà trường, các chương trình học tập, sự kiện, thành tích của học sinh và nhà trường trong các cuộc thi, sân chơi...

- Tổ chức các sự kiện cộng đồng: Tổ chức các hội thảo, buổi giao lưu để tạo cơ hội chia sẻ kinh nghiệm, nâng cao chất lượng giảng dạy và kết nối với cộng đồng.

- Nâng cao giá trị hình ảnh thương hiệu thông qua các chương trình và hoạt động hỗ trợ, tài trợ cộng đồng: Tham gia các chương trình kết nối yêu thương, tặng quà gia đình có hoàn cảnh khó khăn, hộ nghèo, học sinh nghèo vượt khó... Khuyến khích CB, GV, NV tích cực tham gia vào các sự kiện, các hoạt động của cộng đồng, của Ngành GD&ĐT, của địa phương.

- Xây dựng và phát triển mạng lưới cựu HS trường THCS Chu Văn An.

- Đẩy mạnh giáo dục truyền thống, xây dựng văn hóa nhà trường, nêu cao tinh thần trách nhiệm của mỗi thành viên đối với quá trình xây dựng thương hiệu của nhà trường.

- Thành lập Ban truyền thông với các nhóm chuyên sâu: Viết tin bài, Thu thập hình ảnh, Thiết kế, Sản xuất video, Tổ chức sự kiện...

3.4. Xây dựng mối quan hệ gắn kết giữa nhà trường, gia đình và xã hội

- Tăng cường giao tiếp với phụ huynh: Thiết lập các kênh giao tiếp hiệu quả giữa nhà trường và phụ huynh để tạo sự gắn kết và chia sẻ thông tin về sự tiến bộ của học sinh.

- Tổ chức các buổi hội thảo, trao đổi về phương pháp giáo dục và các chương trình của nhà trường để phụ huynh có nhận định rõ ràng về chất lượng giáo dục của nhà trường.

- Hợp tác với các cơ quan, tổ chức: Tạo cơ hội cho học sinh giao lưu, học hỏi, tham gia các chương trình học tập, ngoại khóa mang tính ứng dụng thực tế. Đồng thời, hợp tác với các tổ chức giáo dục, đơn vị đào tạo trong và ngoài nước để nâng cao chất lượng chương trình giảng dạy, giúp học sinh tiếp cận với các phương pháp học tập tiên tiến.

- Liên kết chặt chẽ với các cơ quan ban ngành, đoàn thể địa phương trong việc phối hợp tổ chức các hoạt động cho học sinh như tổ chức kết nạp đoàn viên, tham quan di tích lịch sử địa phương, sinh hoạt hè...

3.5. Thường xuyên thực hiện khảo sát ý kiến và đánh giá mức độ hài lòng của phụ huynh và học sinh

- Khảo sát, phản hồi ý kiến từ học sinh và phụ huynh: Thực hiện khảo sát ý kiến từ học sinh và phụ huynh để cải thiện chất lượng giảng dạy và các dịch vụ chất lượng cao. Hình thức khảo sát có thể thực hiện qua google form, phiếu khảo sát hoặc khảo sát trực tiếp thông qua các buổi họp phụ huynh học sinh.

- Đánh giá định kỳ: Đánh giá định kỳ, rút kinh nghiệm và cải tiến, nâng cao chất lượng các chương trình giảng dạy và hoạt động ngoại khóa để phù hợp với nhu cầu, nguyện vọng, tâm sinh lý lứa tuổi của học sinh và xu hướng giáo dục hiện đại.

4. Hiệu quả sáng kiến kinh nghiệm

Việc áp dụng các biện pháp xây dựng thương hiệu trường THCS chất lượng cao đã mang lại những hiệu quả đáng kể trong việc nâng cao giá trị thương hiệu, tăng mức độ nhận diện, thu hút sự quan tâm của học sinh, phụ huynh và cộng đồng. Trường THCS Chu Văn An và học sinh liên tục được xuất hiện trên các trang báo điện tử, báo giấy và phóng sự VTV (tính từ tháng 6/2024 đến nay). Điển hình như các link tin bài:

-<https://tapchigiaoduc.edu.vn/article/88617/212/truong-thcs-chu-van-an-xung-danh-truong-chat-luong-cao/>

-<https://hanoimoi.vn/hoc-sinh-truong-thcs-chu-van-an-thi-tim-hieu-kien-thuc-ve-suc-khoe-sinh-san-687696.html>

-<https://phapluatxahoi.kinhtedothi.vn/soi-noi-hoi-thi-rung-chuong-vang-tim-hieu-kien-thuc-ve-dan-so-va-suc-khoe-sinh-san-vi-thanh-nien-2024-404383.html>

-<https://phapluatxahoi.kinhtedothi.vn/co-hoc-tro-da-tai-co-tam-long-nhan-hau-413457.html>

-<https://www.youtube.com/watch?v=aVupyH89rZ4>

-<https://vnexpress.net/nam-sinh-duy-nhat-dat-diem-10-chuyen-ly-truong-tu-nhien-4758933.html>

Sau một thời gian áp dụng các biện pháp, tôi nhận thấy không chỉ những hình ảnh đẹp về nhà trường được lan tỏa mà chất lượng giáo dục của nhà trường cùng trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của thầy cô cũng không ngừng nâng cao. Thể hiện rõ ở kết quả thi GVG, HSG cấp Quận, cấp Thành phố, thành tích các sân chơi trí tuệ, phong trào văn hóa văn nghệ, thể dục thể thao. Điển hình như:

- Thành tích giáo viên: Giải Nhất GVG môn GDCD cấp Thành phố; Giải Nhất GVG môn KHTN (Năng lượng và sự biến đổi) cấp Quận – Dự thi cấp Thành phố; Giải Ba GVG môn HĐTN, HN cấp Quận; 01 GV đạt giải Nhì “Nhà giáo Long Biên tâm huyết, sáng tạo”...

- Thành tích học sinh: 60 HSG cấp Quận, 24 HSG cấp TP (Trong đó có 01 giải Nhất môn Tin học). 02 Giải Vô địch bảng B, C cấp Quốc gia cuộc thi English Champion; 01 Giải Nhì Chung kết toàn quốc cuộc thi Thắp sáng những ngôi sao buổi sớm; 01 Giải Vô địch cấp Quốc gia Thách thức tư duy thuật toán BEBRAS; 01 HCD Quốc tế Toán Tiếng Anh SEAMO; Giải Xuất sắc cuộc thi Sứ giả du lịch cấp Quận; 01 Giải Nhất, 01 Nhì cuộc thi Nghiên cứu khoa học cấp Quận...

Năm học 2023-2024, kết quả đánh giá chỉ số hài lòng của tổ chức, cá nhân đối sự phục vụ của nhà trường SISAP đạt 90.41% (theo thông báo của UBND quận Long Biên. Năm học 2024-2025, nhà trường tiến hành tự khảo sát tại thời điểm kết thúc học kì I (với các tiêu chí Tiếp cận dịch vụ, Cơ sở vật chất, Môi trường giáo dục, Hoạt động giáo dục, Kết quả giáo dục, Tiếp cận xử lý phản ánh khiếu nại, Sự phục vụ của nhà trường) và nhận được nhiều ý kiến, phản hồi tích cực từ phụ huynh và học sinh nhà trường. Nhà trường không nhận được đơn thư khiếu nại và kiến nghị, phản ánh vượt cấp.

III. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

1. Hướng phổ biến áp dụng đề tài

Với các kết quả đạt được, tôi sẽ tiếp tục thực hiện việc xây dựng thương hiệu nhà trường trong các năm học tiếp theo. Ngoài ra, sáng kiến kinh nghiệm này có thể là tài liệu tham khảo cho các trường công lập và đặc biệt phù hợp với các trường được xây dựng theo mô hình chất lượng cao.

2. Hướng nghiên cứu tiếp theo của đề tài

Với yêu cầu của ngành giáo dục hiện nay và với kết quả đạt được của đề tài, trong thời gian tới tôi sẽ tiến hành nghiên cứu “Một số biện pháp xây dựng thương hiệu trường THCS chất lượng cao Chu Văn An theo chuẩn quốc tế”.

3. Khuyến nghị và đề xuất

Xây dựng thương hiệu nhà trường không chỉ giúp nâng cao giá trị cốt lõi và sự tin tưởng của cộng đồng mà còn góp phần vào việc phát triển bền vững và nâng cao chất lượng giáo dục của nhà trường. Để khẳng định được giá trị, sứ mệnh và tăng trưởng bền vững, trong quá trình xây dựng thương hiệu, cần thực hiện đồng bộ các biện pháp từ xây dựng môi trường học tập chất lượng cao; phát triển đội ngũ cán bộ quản lý, giáo viên, nhân viên; xây dựng chiến lược truyền thông hiệu quả đến xây dựng mối quan hệ gắn kết giữa nhà trường, gia đình và xã hội và thường xuyên thực hiện khảo sát ý kiến, đánh giá mức độ hài lòng của phụ huynh và học sinh. Đồng thời, BGH nhà trường cần có tầm nhìn chiến lược, quyết tâm và cam kết trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu nhà trường. Điều này sẽ tạo động lực mạnh mẽ cho các hoạt động xây dựng thương hiệu. Ngoài ra, không thể thiếu sự thống nhất và đoàn kết của tập thể; tinh thần quyết tâm, chủ động học tập, bồi dưỡng, tích cực tham gia các phong trào thi đua của CB, GV, NV nhà trường cũng như sự quan tâm, tạo điều kiện của các cấp, ban ngành về cơ chế, chính sách tài chính.

Bên cạnh đó, phòng Nội vụ, phòng GD&ĐT cần tăng cường tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng cho cán bộ quản lý về xây dựng thương hiệu nhà trường, cung cấp các kiến thức về quản trị thương hiệu, chiến lược truyền thông, đánh giá và cải tiến thương hiệu nhà trường.

Tôi xin cam đoan đây là sáng kiến kinh nghiệm do bản thân viết, không sao chép nội dung của người khác.

Hà Nội, ngày 27 tháng 3 năm 2025

Người viết

Lê Minh Tâm

IV. TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bài nghiên cứu về “Thương hiệu trường học và sự phát triển bền vững” – Tạp chí International Journal of Educational Management.
2. Sách “Quản trị thương hiệu” – Kevin Lane Keller – NXB Pearson Education
3. Kế hoạch số 20/KH-PGDĐT ngày 05/9/2024 của Phòng Giáo dục và Đào tạo Long Biên về thực hiện nhiệm vụ năm học 2024-2025.
4. Luật Thủ đô số 39/2024/QH15.
5. Nghị quyết số 51/NQ-CP ngày 18/3/2025 ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Kết luận số 91-KL/TW ngày 12/8/2024 của Bộ Chính trị tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 29-NQ/TW ngày 04/11/2013 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI “Về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa hội nhập quốc tế”.

PHỤ LỤC
Một số hình ảnh trong công tác xây dựng thương hiệu
trường THCS chất lượng cao Chu Văn An

Xây dựng môi trường học tập chất lượng cao







Phát triển đội ngũ cán bộ quản lý, giáo viên, nhân viên





Xây dựng chiến lược truyền thông hiệu quả





Xây dựng mối quan hệ gắn kết giữa gia đình, nhà trường và xã hội



