

# 2023年品牌战略心得体会 大学生演讲稿

## 大学生演讲稿(模板7篇)

学习中的快乐，产生于对学习内容的兴趣和深入。世上所有的人都是喜欢学习的，只是学习的方法和内容不同而已。好的心得体会对于我们的帮助很大，所以我们要好好写一篇心得体会接下来我就给大家介绍一下如何才能写好一篇心得体会吧，我们一起来看看。

### 品牌战略心得体会篇一

同学们：你们好！今天，我走上演讲台的惟一目的就是竞选“班级元首”——班长。我坚信，凭着我新锐不俗的“官念”，凭着我新锐不俗的“官念”，凭着我的勇气和才干，凭着我与大家同舟共济的深厚友情，这次竞选演讲给我带来的必定是下次的就职演说。我从没有担任过班干部，缺少经验。这是劣势，但正因为从未在“官场”混过，一身干净，没有“官相官态”，“官腔官气”；少的是畏首畏尾的私虑，多的是敢作敢为的闯劲。正因为我一向生活在最底层，从未有过“高高在上”的体验，对摆“官架子”看不惯，弄不来，就特别具有民主作风。因此，我的口号是“做一个彻底的平民班长”。班长应该是架在老师与同学之间的一座桥梁，能向老师提出同学们的合理建议，向同学们传达老师的苦衷。我保证做到在任何时候，任何情况下，都首先是“想同学们之所想，急同学们之所急”。当师生之间发生矛盾时，我一定明辨是非，敢于坚持原则。特别是当教师的说法或做法不尽正确时，我将敢于积极为同学们谋求正当的权益。班长作为一个班组的核人物，应该具有统御全局的大德大能，我相信自己是够条件的。首先，我有能力处理好班级的各种事务。因为本人具有较高的组织能力和协调能力，凭借这一优势，我保证做到将班委一班人的积极性都调动起来，使每个班委成员扬长避短，互促互补，形成拳头优势。其次，我还

具有较强的应变能力，所谓“处变不惊，临乱不慌”，能够处理好各种偶发事件，将损失减少到最低限度。再次，我相信自己能够为班级的总体利益牺牲一己之私，必要时，我还能“忍辱负重”。最后，因为本人平时与大家相处融洽，人际关系较好，这样在客观上就减少了工作的阻力。我的治班总纲领是：在以情联谊的同时以“法”治班，最广泛地征求全体同学的意见，在此此基础上制订出班委工作的整体规划；然后严格按计划行事，推选代表对每个实施过程进行全程监督，责任到人，奖罚分明。我准备在任期内与全体班委一道为大家办十件好事：1，借助科学的编排方法，减轻个人劳动卫生值日的总长度和强度，提高效率；2，联系有关商家定期送纯净水，彻底解决饮水难的问题；3，建立班组互助图书室，并强化管理，提高其利用率，初步解决读书难问题；4，组织双休日里乡同学的“互访”，沟通情感，加深相互了解；5，在得到学校和班主任同意的前提下，组织旨在了解社会，体会周边人们生存状况的参观访问活动；6，利用勤工俭学的收入买三台处理电脑，建立电脑举小组；7，在班组报廊中开辟“新视野”栏目，及时追踪国内改革动态和通勤生结成互帮互促的对子；9，建立班级“代理小组”，做好力所能及的代理工作，为有困难的同学代购物件，代寄邮件，代传讯息等等；10，设一个班长意见箱，定时开箱，加速信息反馈，有问必答。我会是一个最民主的班长，常规性工作要由班委会集体讨论决定，而不是由我一个人说了算。重大决策必须经过“全民”表决。如果同学们对我不信任，随时可以提出“不信任案”，对我进行弹劾。你们放心，弹劾我不会像弹劾克林顿那样麻烦，我更不会死赖不走。我决不信奉“无过就是功”的信条，恰恰相反，我认为一个班长“无功就是过”。假如有谁指出我不好不坏，那就说明我已经够“坏”的了，我会立即引咎辞职。同学们，请信任我，投我一票，给我一次锻炼的机会吧！我会经得住考验的，相信在我们的共同努力下，充分发挥每个人的聪明才智，我们的班务工作一定能搞得十分出色，我们的班级一定能跻身全市先进班级的先列，步入新的辉煌！谢谢大家！！

## 品牌战略心得体会篇二

首先要有良好的心态

教师经常会面对“调皮”的学生、成绩“差”的学生、性格“怪僻”的学生，在工作中会遇到许多困难，尤其是考试后班级学生的成绩不理想，更糟糕的是考了年组的最后一名等等这些情况能让人有好心态吗？有这样一个故事：欧洲两个商人到非洲去推销皮鞋，甲商人到非洲后看到，由于天气炎热，非洲人都习惯于打赤脚，非常失望。长叹一声：“非洲人都打赤脚，怎么会买皮鞋穿呢？”于是放弃了推销计划，沮丧而归。乙商人到非洲后，看到非洲人都打着赤脚，高兴万分，惊呼：“非洲人没有穿鞋，这市场好大啊！”于是乙商人在非洲安营扎寨，大做皮鞋广告宣传，引导非洲人穿皮鞋，买皮鞋，最后发大财而回。同样是非洲市场，同样面对习惯于打赤脚的非洲人，为什么甲商人失败，乙商人成功呢？从表面上看，他们好象只是一念之差，实质上，这两个商人有着消极心态和积极心态的根本差别。商人的成功与否，好的心态能起重要作用。我想，教师的工作特别需要有积极的心态。教师要有个良好的心态，这谁都知道，但怎么有个良好的心态呢？教师应该怎样对待这些事情呢？我们要向上述故事中的乙商人学习，用积极的心态去对待那些看似“困难”的事物，往往能从劣势条件中找到优势因素，从而获得好的成效。

面对“差生”或“差班”，如果我们忽视他，用抱怨的心态去对待，他们可能成为真正的差生差班。如果我们用积极的心态去对待他，我们就能看到许多闪光点。我们工作一天，有的说：“今天我累坏了。”有的说：“忙了一天，我真有收获。”也许这便是两种不同心态的表白。知足常乐。要做一名好老师，但不要苛求自己的成绩非要超过别人。要做一名好班主任，但不要苛求自己的班级非要年级第一，那样你累学生更累。处处以他人作为竞争对象使得自己经常处于紧张状态。只要孩子们有进步，你就知足吧，知足常乐。有了

健康的身体和乐观的心态，我们就是一个成功者。

其次要养成良好的习惯

“习惯”两个字，对我们大家来说是再熟悉不过了。“好习惯、坏习惯”是我们常常挂在嘴边的。从小到大，“好习惯、坏习惯”一直伴着我长大、步入中年，从不经意去留住好习惯，去掉坏习惯，我们总是抱怨为什么自己不能成功，而却不知是很多的坏习惯阻碍了通往成功的路。习惯是一种顽强的巨大的力量，它可以主宰人生。”可见，习惯对一个人有着巨大的影响。学生的各种习惯是在有意或无意之中多次重复而产生的，许多有益的好习惯，往往比坏习惯更难形成。我们的教师，要注意培养学生的各种良好习惯，因为形成良好习惯，将使人受益终生。

最后注意和家长沟通

家长是教师教育活动的合作者。身为老师，很多时候都要和家长交流，共同探讨如何使孩子成长得更好。但好多的家长不愿意和老师主动交流。在她们的印象中被老师请到学校来，是因为学生犯了错误，是来接受老师的批评的。在《跟苏霍姆林斯基学当班主任》这本书中，苏霍姆林斯基认为家长和老师的交流是一项十分细腻的、敏感的工作，如果掌握不好时机和谈话的方式、谈话的内容，就很有可能起到相反的效果，对孩子的教育反而不利。

### 品牌战略心得体会篇三

人的一生，应当这样度过：每当他回首往事时，不会因为碌碌无为而悔恨，也不会因为虚度年华而羞耻。

确实，每一个人刚生下来时，就如被咬了一口的苹果，或多或少地存在着这样那样的缺点，但关键就要看自己如何把握。

人生就好比一场考试。让我们先来做选择题。在真与假、美与丑、好与坏之间，你应当选择什么，心中一定要有一个正确的判断。杨靖宇选择了尊严，尽管他的生命已逝，可依旧被后人所赞。汪精卫选择了权利，因而永远被排除在炎黄子孙之外。如果你连选择题都无法做好，那么这场考试，你注定就将失败。

接下来，让我们做填空题。人无完人，所以，我们应用自己的行动，自己的青春，自己的生命来弥补人生的空白，实现自身的价值。正因为如此，我们的世界才发生了巨大的变化。梅兰芳，填满了中国戏曲事业的空白，邓稼先填满了核事业上的空白，钱学森填满了火箭发明的空白。他们都是值得我们学习的。

然后，让我们来做问答题。如果答对了，不要骄傲，继续完成下面的题；答错了，别着急，用橡皮擦去错误的答案，认真填上准确的答案。

接下来，是综合题了，它要求我们，用德、智、体、美多方面来完成。这时我们应积极开动脑筋，尽力显示我们不凡之“笔”。

自律自律，换而言之，就是严于律己。它是与监督想对立，更强调自我约束和自觉规范的一种意识。自律，就是要在思想，品德，行为上从严要求自己。古人云；君子责己，小人责人。从古至今都把能否严于律己当作衡量一个人道德修养高下的标准。因此，我们应该在任何时候，任何地点，任何时候情况下都做到自律。要想做到自律，首先要理解监督和自律的关系。监督意指被动地接受来自外界施加于自身的规责和看管。而自律则是主观的，能动的适应。它们均能达到约束行为的目的，自然都是必要的。但想较之下，自律显得更为重要和积极。就作用而言，监督也是为了使人们更好的自律。要真正做到自律，并不容易，它是自己与自己的约定和承诺。还需要做到很多。先之，要从自身严格要求。不能

正其身，如正人何？现在我们所身处的世界真得很复杂。有无数的新奇和诱惑，如何正确的对待关系到我们的一生。来自网络的纷繁复杂的虚拟，来自现实无花八门的骗人把戏，我们的确很难应对。所以，自律就非常的重要。保正不做第一次就是一种拒绝，就是一种自我保护。再之，要经常自省，自察，自我批评和自我约束。德过哲学家海涅说，反省是一面镜子，它能够将我们的错误清清楚楚地照出来，使我们有改正。一个人的愚笨不在他的无知，而在他不知自己的无知。一个学会审视自己的人才有可能认清自己，摆正自己的位置，才能有自知之明。我们要时时刻刻提醒砸己，什么可为，什么不可为，什么坚决不为。我们要问自己，你在做什么，你该做什么，对你最重要的是什么？我们所做的一切的前提是没有妨碍到别人，而不是只为了自身。次之，不怕丑，不怕痛，不护短，有过必改，有错必究。一个多么高尚的人，也不免会犯错误，而勇于改正会让他更加高尚。斯威夫特说，公开认过有益于灵魂。是的，一个人不羞于承认自己犯了过错，说明他变得更加豁达。中国自古就有谚语：闻过则喜，知过不讳，改过不悛。勇于认错不但是自律的态度，更是做人的气度！作为学生，我们更应该学会自律，学会做更好的自己，只有自律，我们才可以自尊自爱，只有自律，我们才可以自省自知，只有自律，我们才可以自立自强！

时间，绿了芭蕉，红了樱桃，在四季之间穿梭着。日月轮回，走在成长的路上蓦然回首，我以从一个淘气无知的小女孩，走入了初中的校园，成长的路上，她的身影在我眼前晃荡，一个个成长的例子背后，却流淌着她的汗水。

她，我那平凡而又和蔼可亲的妈妈！在我成长的路上，她教会了我怎样做人。

曾记得，当我拿着不理想的成绩单在门口踱来踱去是，本以为你会大骂我一顿。当我拉开门的那一刹那，我惊呆了，您正在对我笑，那笑是那么的甜蜜。看到泪流满面的我时，您却急忙帮我拿下书包，为我擦干了脸上的泪花。当我将成绩

单递到您的手上是，您并没有生气，而是为我详细的把错题讲给我听，一遍不会再第二遍，直到我会了为止。那天的星空太美了，那天的记忆成为了我成长道路上最美丽的回忆。妈妈，您教会了我，失败并不可怕，可怕的是不能即时的改正错误，一次的考试失败算的了什么呢？只要知错就改，就是最棒的。妈妈，您教会了我做一名知错就改的孩子。

妈妈，不知您还记得吗？那天，我们俩一同走在路上，当您看见一位阿姨吃力的抱着孩子，手上还拎着许多菜时。您主动上前，接过了那位阿姨手中的菜，一直将她送到了家门口。从此，在我幼小的心灵深处埋下了一颗乐于助人的种子，在妈妈你中的浇灌下不断萌芽，生长。妈妈，您教会了我做一名乐于助人的孩子！

妈妈，您教会了我太多太多。

我真感激您，教会了我怎样做人！做一个大写的“人”，做一个身经百战的“人”，做一个不怕失败的“人”，做一个自信迎接明天的人！

## 品牌战略心得体会篇四

大家好！

人生无畏奋斗，在风雨前行，在梦中幻想，总想实现与成功。

走在归途，总想着成功而不奋斗，那就是妄想。

奋斗过了，才知道梦想成真的感觉，就算是梦不伟大，又奈何？

航船离开港湾，就不惧风暴，海不是无边的天涯，另一端的陆地还待你踏上。不要放弃，奋斗才是人生的意义。我因奋斗，踏上了海的彼岸。

谢谢。

## 品牌战略心得体会篇五

大家晚上好！

大学生活是多姿多彩的，但也需要我们去把握和深入体会。有人说：“平凡的大学生有着相同的平凡，而不平凡的大学却有着各自的辉煌。”但，你可以选择平凡，但却不可以选择平庸；可以的话，相信谁都想不平凡。那么，怎样才能使自己的大学生活充实有意义，怎样做主自己的大学生活呢？我随便谈谈个人的几点观点。

首先是要确立目标和计划，放远目光。古人有“志当存高远”，毛泽东也有“风物长宜放眼量”。没有目标便没有前进的努力方向，也毫无动力可言。计划目标，又可分为近期和远期。如近期我要看完多少本书，这一个月我要学懂什么知识，假期有什么实践打算等等。远期的如：争取毕业前拿到自考文凭，人际关系网应该多大，实践能力应有达到怎样的程度等等。而且，目标的实现又是一个个小怒表实现的连贯过程。如一天记5个单词，到考前便可记到很多。但，这需要坚持和毅力。

第一，是要放远眼光，是指不被暂时的情绪和心情所拖所沉溺，要成就大事业，就必须大事抓紧，小事放松。如，不要被上网玩游戏等所带来的满足感所一直沉溺，孰不知，暂时满足的背后的更大的空虚。相信大家都有这种体会。

第二是树立就业危机感。我们总是在怪自己自己控力不强，没有上进的动力。孰不知是自己的意识上没有清醒。有人会说：“爱情是学习的动力”或“家境贫穷的学习的动力”等等。其实，从直接意义上来说，就业危机感才是也应该是我们上进的动力。我自己常想自己毕业以后究竟能干什么？又多从报纸杂志上看到目前就业形势的异常严峻，所以心里很是



后怕。有人说目前找工作：要么有关系，要么有文凭，要么有才能(技能)。而我们呢?文凭，只是大专;关系，相信在坐的.大部都没有什么关系。所以，我们唯一的出路便是要有有什么才能。而这，就要问问自己：你学到了什么，你掌握了什么?现在的问题不是我们不知道学什么，而是我们不想学。

第三，是要学知识与发展能力并举。以前是重知识而轻能力，但现在不同了，恰相反，由于社会上影响，文凭要求的适当下降，所以现在的很多大学生纷纷跑出外面找兼职。如果他们是在不影响学习的前提下去的，那没话说，反而应该提倡。但他们有些不是，为了一份端菜的服务生工作，不惜请假旷课，晚自习也不上。我身边就有这样的现象。现在，出现了这样一种错位思潮，就是，在职的机关企业工作人员，纷纷利用业余时间”充电“，而在校的大学生们却纷纷跑到社会兼职。我觉的应该纠正这种思潮，归位。

此外，还有，就是，要多看看书和报纸杂志。了解最新社会动态，知晓国家大事，掌握第一时间的时政经济新闻……是的，这不仅对我们以后找工作容易有帮助，而且对我们本身的工作也有帮助。广告是一们综合边缘性学科，我们做为未来的广告人，就应该博学，什么都应该了解一下，并且要有重点地突出模些领域学科!

好了，我今天的演讲也到此为止了。最后，只上一句话：”路漫漫其修远兮，吾将上下而求索。“是的，送给我自己，也与大家共勉!

## 品牌战略心得体会篇六

尊敬的各位领导、评委老师大家好!

今天我演讲的题目是——《安全之美，文明之美》

有一种美，深埋在古垒下，是一种可以吸引灵魂的美，它，

深藏不露；

有一种美，飘逸在浮云上，是一种可以创造生命的美，它，如影相随。

这种美就是——安全之美，文明之美。

同学们，在父母的眼里，我们是含苞欲放的花蕾；在老师的眼里，我们是展翅待飞的雏鹰；这就是我们，身上寄托着父母、老师、祖国的希望。大家处在这美好的环境里，可有的同学不注意“安全”二字，给自己带来了痛苦，痛心之余，我们苦苦反思，在紧张的学习之后，在快乐的玩耍时刻，有些同学忽视了安全问题，让关心我们的老师和家长很担心。

我很幸运，我是日照港中学的一名学生，亲身体会到港中优越的教育环境，安全文明的校园气氛。在港中，你会听到朗朗的读书声，亲切的问候声；你会看到学生文明的举止，谦让的身影；你能随时感受到领导的关心，老师的爱护！楼梯上“轻声漫步靠右行”的提示，宿舍中“文明有序不搞恶作剧”的警语，让我们时时生活在一个安全文明的校园中。

学生是校园安全的主体，又是学校安全的受益者。对于安全，我们必须警于思，合于规，慎于行，必须树立高度的安全意识，人人讲安全，时时讲安全，事事讲安全，安全在心，生命永驻。

据统计，我国每年大约有1.6万名中小学生非正常死亡。其中，因安全事故、食物中毒、溺水、自杀等死亡的，平均每天就有40多人，也就是说每天将有一个班的学生在我们的生活中“消失”。危险总是在你不经意间敲门，死神也总是降临在那些没有准备的人身上。在江苏省苏州市，一所幼儿园遭一男子持刀行凶，有28名儿童被砍伤，其中重伤4人；在河南省周口市，一所中学放学时，因同学下楼时发生拥挤踩踏，造成19人跌落受伤，其中1人死亡；在重庆市，一农用车搭载

放假回家的同学和老师，强行通过一座漫水桥时被洪水冲走，19人失踪。

安全创造文明，一个人的文明，会给大家带来快乐、温馨。那么文明在哪里？小朋友说：“文明在学校的宣传橱窗里”，爸爸妈妈说：“文明在图书馆的每一页纸里”，历史学家说：“文明在几千年前的古希腊罗马”，而我，一个朝气蓬勃、自信自强的中学生说：“文明在我们的行动中，文明在校园的每个角落！”文明，是同学间路上相遇时的微笑，文明是见到师长时的尊敬，文明是踩到他人的一声“对不起”，文明是同学们相互的关爱与宽容。因为有了文明，所以有了道德；因为有了文明，所以有了高尚！文明让我们的生活更加和谐，更加安全，让我们做文明的实践者和传播者！让文明之花开的更加美丽，更加灿烂！

安全是火，点燃生命之灯；文明是灯，照亮生命之路；安全文明是路，引导我们走向新的辉煌！生命是晶莹剔透的露珠，折射出七彩的光芒；文明是鲜嫩的花朵，散发出迷人的清香。作为一名中学生，我们有责任、有义务，让我们的生命在校园里焕发出奇光异彩，演奏出华美的文明乐章！

面对庄严的生命，美丽的青春，我宣誓：严格自律，改正陋习；诚实守信，礼貌谦让；遵规守纪，珍爱生命；安全第一，文明至上。

安全在我心，文明伴我行，让我们携起手来，共同创造美好的明天！

我的演讲完毕，谢谢大家！

## 品牌战略心得体会篇七

1. 品牌定位模糊，个性不明确。品牌定位是与市场定位相一致的。品牌定位就是为品牌塑造独特的个性，并为相关公众

所认可。换句话说，品牌定位就是确定我们期望消费者如何看待我们的品牌并区别于竞争对手。品牌定位是品牌经营的首要任务，是品牌建设的基础。由于教育产业本身存在着严重的产品同质化现象，因此，要成功打造一个学校品牌，品牌定位可以说至关重要。就国内1700余所大学的整体定位来看，除了按照发展层次区分的差异较为明显，同类院校尤其是高职高专院校之间的差异非常有限，品牌定位模糊，特色不鲜明。

2. 品牌内涵淡薄，缺乏文化支撑。品牌必须有深厚的文化背景作为支撑才能够显示出强大的生命力和竞争力。众多高职高专院校都拥有自身的品牌标志，如有特色的学校名称与校徽，但这些品牌符号所表达的文化信息却非常有限。品牌文化应该与组织的文化是高度一致的。不少高职高专院校虽然已认识到品牌建设的重要性，但对品牌的理解存在偏差，认为拓宽了专业设置、解决了学生就业就是品牌。在现实需求和生存压力的背景下，当前高职高专院校普遍存在专业设置实用化、市场化的现象。高职高专院校是否拥有深厚的文化底蕴，是否确立一个科学的、个性化的办学理念，这才是品牌建设的关键所在。品牌文化是组织文化最突出的表现，也是目标公众识别一个组织文化的最普遍的角度。众多高职高专院校的品牌所传递的仅仅是一个识别符号，或是学校的行业背景，缺乏对学校文化的挖掘，缺少丰富的文化内涵。

3. 品牌策略单一，缺乏市场营销思想。品牌策略是市场营销策略的重要组成部分，品牌策略必须在明确的市场营销思想指导下才能发挥有效的作用。在非营利组织营销正在蓬勃兴起的今天，高职高专院校的品牌策略还缺乏一定的市场营销意识。很多学校缺乏宣传和沟通的意识。在高校毕业生就业实行“双向选择”后，很多学校与相关行业的联系日渐疏远；而作为一个教育机构，其与当地政府、公众的联系也并不紧密，这使得学校的知名度受到了很大的限制，大部分学校的知名度仅限于当地知名而已，而对于新兴院校这种情况就更加明显，甚至当地公众对这些学校都非常陌生，这种状况不

利于学校的发展。

## 二、高职高专院校的品牌发展策略

1. 明确品牌个性定位。高职高专院校的品牌定位，就是根据高职高专教育的消费者对于高职高专教育的需求特点，给学校的教育产品确定一个明确的特色。品牌定位有利于学校在特定的时间、地点，对某一层面的教育消费者进行营销，有利于与其他高职高专院校进行竞争。高职高专院校品牌定位就是建立或重新塑造一个品牌形象的过程与结果。高职高专院校品牌定位是学校间智慧的较量，目的是建立自身品牌与竞争者的差异性，目的在于为自己的教育产品创造和培养出一定的特色、富有鲜明的个性、树立独特的市场形象，以区别于竞争对手，从而满足教育消费者的某种需求和偏爱。

高职高专院校的品牌定位，需充分考虑“社会的客观要求、学校的客观基础、办学的客观条件和教育的客观规律”。高职高专院校应该认真地思考自己在办学模式、教学质量、管理体制，以及社会服务等方面形成自己的优势，通过细分市场、目标市场的选择和具体定位，创造和渲染学校的个性化特色。从成功院校的品牌定位策略看，品牌定位可以从以下三个方面入手：第一，理念定位。理念定位就是学校用自己的具有鲜明特点的办学理念和学校精神作为品牌的定位诉求，体现学校的内在品质。一个学校如果具有正确的办学宗旨，良好的精神面貌和经营哲学，那么，学校采用理念定位策略就容易树立起令公众产生好感的学校形象，借此提高品牌的价值，光大品牌形象。第二，历史定位。即以办学的悠久历史建立品牌识别，突出竞争优势。人们往往对于历史悠久的院校容易产生信任感，认为它在教学质量等方面较为可靠，因而历史定位具有较强的说服力。第三，就业方向定位。该定位以学校的培养方向为诉求点，突出学校“订单式”人才培养的特色，来获得目标学生和家长的认同。如一些高职高专院校依托自身的行业背景和优势，突出行业和职业的针对性，可以吸引以特定行业和职业作为理想的考生和家长的兴

趣。

2. 深化品牌文化内涵。一个学校的文化是这个学校的价值观、信念和行为方式的凝练。对于高职高专院校来说，是文化决定了这个学校的制度和行为，高职高专院校文化的核心，就有如企业理念和企业核心价值观。学校的内部文化与品牌文化的内涵必须一致，都不能脱离学校自身的实际情况，都要服务于高职高专院校的发展。品牌文化应该与组织的文化高度一致。组织文化是一个组织在发展的过程中所传承和积淀下来的促进组织持续发展的价值观和信念，品牌文化是组织文化最突出的表现，也是目标公众识别一个组织文化的最普遍的角度。高职高专院校的品牌文化有待于进一步挖掘和深化，通过独特的品牌文化内涵彰显品牌的竞争力。

3. 强化品牌策略的市场营销思想。市场营销思想的核心是以需求为中心，全面具体地满足目标市场的需求。市场营销的思想不仅适用于营利性组织，对于高职高专院校这样的非营利性组织同样有借鉴意义，因为任何组织都有其赖以存在的目标对象，通过科学有效的市场营销的运作可以明显提升高职高专院校的品牌影响力和竞争力。

(1) 突出品牌的表现形式。高职高专院校的品牌及品牌文化必须要借助一定的载体才能表现出来。这种载体可以是高职高专院校的优势专业。高等学校的发展具体来讲是以学科和专业的发展为载体，优秀的高校品牌必须依托优秀的学科与专业优势。对于高职高专院校来讲主要在于优势的专业；这种载体可以是高职高专院校的师资团队。高职高专院校的师资力量和师资水平是一个学校的标志。高职高专院校的教学名师尤其是具有较高职业技能的教学名师和优秀教学团队能够提升学校的知名度，强化学校的品牌竞争优势；这种载体也可以是高职高专院校的校园环境。校园环境是学校品牌的物质表现形式，无论是教学楼、办公楼、图书馆以及学生公寓的装饰装修，还是校园景观的独特设计以及校园中景点和道路的独特命名，都可以生动地体现高校的校园文化。

(2) 建立和优化高职高专院校的公共关系环境。公共关系是市场营销中的重要手段之一，也是品牌塑造和维护的重要手段。公共关系的突出作用在于，帮助组织塑造和美化自身的形象，扩大组织的知名度和美誉度，提升组织的影响力和竞争力。高职高专院校的品牌策略的目的也在于此。由此可见，高职高专院校公共关系环境及公共关系资源直接影响着学校的发展。公共关系的活动形式主要包括宣传性公关、征询性公关、交际性公关、服务性公关、社会性公关。高职高专院校可以借助公共传播媒体，向社会介绍和宣传学校的办学特色、办学成果，扩大学校的知名度；可以通过举办校庆等庆典活动联络与校友和地方各界的友好关系；可以通过为地方相关的单位和实体提供技术与服务帮助来加强与地方行业和企业密切联系；高职高专院校虽然是非营利性组织，但也可以积极投入到各种公益活动中，如援助地方的一些基础建设、美化社区环境、普及科普知识等。

(3) 采用积极的方式扩大高职高专院校的影响力。高职高专院校品牌的实力主要表现为学校的影响力，包括在同类学校的影响力、对相关专业的影响力和对公众的影响力。高职高专院校应该加强与同类院校的联系与合作，通过优秀的教育教学成果强化在同类院校的影响力；高职高专院校的科研方向和科研成果要时刻与社会的发展和需求相联系，高职高专院校的智力成果更多地服务于相关行业，科研成果针对性强，能够很快转化为生产力，这是高职高专院校品牌实力的最有说服力的证据；高职高专院校可以通过承办规模较大、规格较高的各种学生和社会科研活动来扩大对公众的影响力。