

БИЗНЕС
ИДЕИ

БИЗНЕС
РЕШЕНИЯ

БИЗНЕС
ТЕХНОЛОГИИ

БИЗНЕС
ПРОЦЕССЫ

www.TOP-PERSONAL.ru

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

№ 39
(723)

2023

Ведущий эксперт в области "Персонал" – 71052, 70655, 72035

Главная тема: **КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА**



**ДАРЬЯ
БОГДАНОВА**



АНДРЕЙ НАТАШКИН
MIREY ROBOTICS



ВЛАДИМИР ЗЕРНОВ
РОСНОУ



ЛИДИЯ ПОЗДНЯКОВА
EXPRESS



ТАТЬЯНА ПАЧИ
ГК АЛЬФА-ЛИЗИНГ



**АЛЕКСАНДРА
ИМАЕВА**

РУБРИКА: ВУЗЫ

Все мы живем интересами вуза и ставим их выше собственных

О том, как завоевать доверие в профессиональном сообществе и почему у вузов репутация отличников, на что сделали ставку создатели Российского нового университета (РосНОУ) и как появился студенческий символ, зачем вузам ребрендинг и почему собственный креатив — самый эффективный, рассказывает ректор РосНОУ Владимир Зернов.

УП Владимир Алексеевич, чем бренд вуза отличается от брендов бизнес-компаний: Сбер, Яндекс, ВкусВилл?

Бренд университета — более узкое и специфичное понятие. Нужно быть узнаваемым для абитуриентов и их родителей. Бренд должен носить официальный характер, но при этом быть запоминающимся и лаконичным. Сейчас многие вузы делают ребрендинг, отдавая предпочтение минимализму, например, используют в названии буквы, сокращенное наименование. В прошлом было популярно использовать в виде символики отрисовку зданий, элементы-ассоциации с образованием, такие как книга, перо.

УП Какие бонусы получает университет, если его бренд известен?

—Если бренд узнаваем, то бонус университету — внимание абитуриентов, возникающее уже при виде логотипа, и в профессиональном сообществе логотип четко ассоциируется с принадлежностью к определенному вузу. К слову, брендом может быть и личность, лидер мнений, который тоже ассоциируется с определенной образовательной организацией.



**Владимир
Зернов**
РосНОУ

На чем Вы делаете акцент, создавая бренд?

— Наши слоганы отражают политику университета. «Инновационный подход к классическому образованию», «РосНОУ — вуз новых возможностей». Они отвечают миссии вуза — творческая свобода для реализации потенциала каждого студента, образовательный процесс на современном уровне, с учетом достижений науки и эволюции общества, практические методы обучения. Мы стараемся не шаблонизировать образование в тех направлениях, где это возможно.

При создании корпоративного стиля мы использовали синий и его оттенки. Цвет респектабельности, устойчивости, уверенности. Он вызывает положительные эмоции. Однако бренд — это не только узнаваемая эмблема. Это посыл обществу. Более 30 лет назад — РосНОУ был основан в 1991-м — мы задумали Гуманитарный Физтех. Так появился университет, сочетающий подготовку кадров по гуманитарным, естественнонаучным и техническим направлениям. Со временем мы стали научно-инновационным центром, в котором наука, инновации неотделимы от качественного учебного процесса. Мы готовим универсального специалиста, потому что, допустим, студент учится на информационных технологиях и при этом посещает лекции по русскому языку и литературе профессора-лингвиста. Это же совсем другой уровень.

Мы сделали ставку на кадры. Первым деканом юрфака стал Геннадий Павлович Давыдов, вместе с ним к нам пришел Александр Яковлевич Сухарев (1923 — 1921), генеральный прокурор СССР, один из наиболее авторитетных юристов страны. Александр Яковлевич привлек в РосНОУ сильных специалистов в сфере юриспруденции. Огромную поддержку в подготовке юридических кадров нам оказал Олег Емельянович Кутафин (1937 — 2008). Мы стали активно развиваться, к нам потянулись абитуриенты. Первый набор был сделан в сентябре 1992 года — к этому времени мы получили лицензию на учебную деятельность. Полноценный учебный процесс относительно большим количеством студентов начался с 1993 года.

Первым деканом экономического факультета стал профессор МГУ Сергей Владимирович Крылов. Деканом факультета информационных систем и компьютерных технологий — лауреат Государственной премии СССР, доктор физико-математических наук, профессор Андрей Сергеевич Крюковский. Основателем факультета соци-




ально-культурного сервиса и туризма — выпускник МГУ, доктор педагогических наук, профессор Оскар Яковлевич Гойхман (1939 — 2021). Основателем факультета иностранных языков — выдающийся лингвист, специалист в области психолингвистики, языкового сознания и этнокультурной специфики Евгений Федорович Тарасов.

Значимой вехой в жизни вуза стала работа ученого-физика, просветителя, популяризатора науки, ведущего программы «Очевидное — невероятное» Сергея Петровича Капицы (1928 – 2012) в качестве научного руководителя. Он перешел к нам с кафедры Московского Физтеха. Это был очень интересный, познавательный период в жизни вуза. Университет обрел высокий статус, мы разрушили стереотип, что влиятельные в науке люди, академики работают только в государственных вузах.

Мы постоянно привлекаем к образовательному процессу не только ученых, исследователей, но и преподавателей-практиков, обновляем образовательные программы с учетом требований работодателей, создаем уникальные лаборатории. Так мы сохраняем конкурентоспособность.



 **Стив Джобс делил компании на быстрые и мертвые. Как эта терминология применима к университетам?**

— К вузам это высказывание не применимо. Ведь за их работой тщательно следят госструктуры. Обычно все вузы живые, но не быстрые, а расставляющие все по полочкам и делающие все в рамках закона об образовании и ведомственных предписаний, этикие школьные отличники. Законодательные акты в образовании постоянно изменяются, дополняются, и только гиб-

кость, мобильность позволяют нам успевать за изменениями и быстро реагировать на них. Хотя образование само по себе — фундаментальная и по сути консервативная область.

 **Применим ли к вузам ребрендинг? Как это было у Вас?**

— Да, несколько лет назад мы осуществили ребрендинг. Решили изменить корпоративный стиль, уйти от перегруженного элементами логотипа и максимально его



упростить. Теперь вместо триколора и надписи РосНОУ у нас англоязычная буква R — первая в названии вуза. При этом ребрендинг мы осуществили своими силами, к рекламным агентствам не обращались. Новый логотип создал наш дизайнер, выпускник РосНОУ Антон Данилов.



УП Зачем понадобился ребрендинг?

— Лучшим логотипом считается тот, который можно нарисовать от руки. Этой концепции в ребрендинге мы и придерживались. Коллективно решили, что это будет буква R, но над ее образом думал не только отдел маркетинга и рекламы, но и вся команда. И, на мой взгляд, получился отличный логотип.

Есть у нас и фирменный персонаж-маскот. Он появился с легкой руки наших кавээнщиков. Когда-то они пошутили со сцены Малахитового зала университета: «Если Не Оксфорд, То РосНОУ». Так родился символ Енот РосНОУ. Студенты называли его Арсением. Персонаж ведет страничку в соцсетях, где рассказывает о студенческой жизни. РосНОУ взял шефство над енотом в антикафе «Енот банда». Пятимесячного енота назвали в честь маскота РосНОУ — Арсением.

УП Какие ошибки делают вузы при создании бренда?

— Вуз — как ребенок. Я говорю не только от своего, но и от имени команды. Все мы живем интересами вуза и ставим их выше собственных. Лучше нас никто не представляет образ университета, стратегию его развития. Поэтому главное — не отдавать миссию вуза на откуп сторонним маркетологам, а создавать концепцию самим. В нашем случае воплотить ее получилось без помощи рекламных агентств. И практика показывает, что эта концепция работает. Мы активно развиваем бренд, у нас прекрасные специалисты по маркетингу, рекламе и PR.

***Владимир Зернов, Ректор РосНОУ**