

тивная, так и негативная. В одежде он должен отдавать предпочтение деловому стилю. В отношениях с коллегами имеет значение все – внешний облик, подтянутость, прическа, одежда, умение свободно держаться.

В условиях социально неоднородного сообщества сотрудник ОВД вступает в правоотношения с людьми, которые отличаются друг от друга материальным положением. Однако у всех них должно складываться положительное представление о нем как о представителе справедливости и закона.

Для сотрудников ОВД установлены стандарты внешнего вида: нормативными правовыми актами им предписано носить специальную форму одежды во время исполнения своих служебных обязанностей. Ношение форменной одежды сотрудниками ОВД подчеркивает государственно-властный характер их работы.

Основные правила эстетической культуры сотрудника ОВД сконцентрированы в приказе министра внутренних дел Республики Беларусь от 4 марта 2013 г. № 67 «Об утверждении Правил профессиональной этики сотрудников органов внутренних дел Республики Беларусь». Вместе с тем следует сказать, что сотрудник ОВД сам создает свой имидж. Главное – руководствоваться чувством меры и пониманием того, что он является представителем государства, к которому обращаются люди за помощью.

УДК 378

А.Л. Савенок, первый заместитель начальника Академии МВД Республики Беларусь, кандидат юридических наук, доцент;

О.З. Рыбключева, начальник учебно-методического отдела Академии МВД Республики Беларусь, кандидат юридических наук

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ «АКАДЕМИЯ МИНИСТЕРСТВА ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ»)

Рынок образовательных услуг сегодня является перспективным и быстро растущим сегментом национальной и мировой экономики, усиление конкуренции между учреждениями образования на внутри- и межгосударственном уровнях становится реальностью сегодняшнего дня. Одной из задач учреждений образования Республики Беларусь является

ся привлечение иностранных обучающихся и развитие образования в качестве экспортной отрасли. В то же время очевидно, что успехи в осуществлении экспорта образовательных услуг определяются в первую очередь уровнем развития национального образовательного рынка. Результаты вступительной кампании 2013 г. свидетельствуют о значительно возросших проходных баллах на одни специальности, когда конкурсный отбор проводился среди победителей олимпиад и отличников, и наличии вакантных мест, обучение на которых осуществляется за счет средств бюджета. Современная демографическая ситуация, которую многие исследователи небезосновательно характеризуют как «демографический провал», в ближайшие годы будет только усугубляться. Это означает, что все учреждения образования должны быть готовы к конкурентной борьбе за абитуриента, которая будет усиливаться в ближайшее десятилетие.

Брендинг, являясь самым современным и эффективным способом привлечения и удержания внимания потребителей, наилучшим образом отвечает этим тенденциям в сфере высшего образования. Хотя термин «бренд» не имеет точного эквивалента в русском языке, но применительно к сфере образовательных услуг бренд призван выразить индивидуальные особенности отдельного учреждения образования. В условиях глобализации проблема создания успешного бренда учреждения образования актуальна как никогда раньше.

Формирование бренда учреждения образования «Академия Министерства внутренних дел Республики Беларусь», целенаправленное изменение идентичности Академии осуществляются по различным направлениям, в качестве которых необходимо выделить создание и внедрение в учреждении системы менеджмента качества, постоянное совершенствование официального сайта, создание символики (товарного знака) и фирменного стиля Академии.

Созданная, внедренная и сертифицированная в 2010 г. система менеджмента качества Академии МВД распространяется на основные виды деятельности (образовательную, научную, международную, идеологическую работу и довузовскую подготовку) и свидетельствует, что указанные виды деятельности соответствуют требованиям международного стандарта ISO 9001: национальный сертификат на соответствие требованиям СТБ ISO 9001–2009 и международный сертификат на соответствие требованиям ISO 9001:2008 в немецкой системе сертификации TGA. Сертифицированная система менеджмента качества Академии МВД является не только подтверждением качества предоставляемых образовательных услуг, но и показателем конкурен-

тоспособности учреждения образования не только на национальном, но и на международном уровне.

Совершенствование символики Академии МВД (традиционная эмблема, которая несла признаки профессии) проводилось за счет изменения ее эстетики: от символа, нагруженного метафорами (книга, источник света вроде факела, перо), к созданию изображения, которое поверхностно отражает историю Академии (год создания), но является строгим и минимально украшенным модернизированным логотипом. Символика защищена как интеллектуальная собственность учреждения образования и зарегистрирована как товарный знак в Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь. Однако еще предстоит сделать очень многое, чтобы официальный товарный знак стал узнаваемым символом и ассоциировался с Академией МВД не только в Республике Беларусь, но и за ее пределами.

Развитие функциональных возможностей официального сайта Академии МВД и совершенствование его дизайна проводились в целях создания виртуального представительства Академии и далеко не в последнюю очередь имиджевой функции. Сегодня невозможно представить учреждение высшего образования без собственного официального сайта. И если в 1990-х гг. сайт выполнял функцию презентации учреждения образования, то в настоящее время он стал актуальным инструментом образовательной, научной и экономической деятельности в высшей школе. Ежегодно составляемые рейтинги учреждений оказывают огромное влияние на поток студентов и финансовых вложений в то или иное учреждение образования и даже в ту или иную страну. Кроме того, формирование ряда рейтингов осуществляется по критериям наполняемости, степени поддержки и популярности сайтов учреждений образования. А достигнуть высоких показателей по этим критериям возможно только при использовании новых подходов в формировании контента сайта и привлечение к нему целевой аудитории.

Сегодня для организации информации на официальном сайте Академии МВД используется несколько независимых классификаций, осуществляемых одновременно по различным основаниям: к уже существующей навигации (разделы по направлениям деятельности Академии – учебная, научная, международная и др.) предлагается дополнительная, например, по видам целевой аудитории (разделы «Абитуриентам», «Обучающимся» и др.), что позволяет разным категориям пользователей быстро находить нужную информацию. Для более активного воздействия на целевую аудиторию на сайте Академии ис-

пользуются баннеры, бегущие строки, видеоролики, имеется англоязычная версия сайта. Однако для эффективной работы глобальных поисковых систем необходимо развивать страницы на других иностранных языках, разместить на сайте архивы файлов с научными публикациями профессорско-преподавательского состава Академии, активнее развивать электронные библиотеки собственного контента, так как интернет-публикации представляют собой оперативный выход на гораздо обширные аудитории, чем специализированные научные журналы. Активное размещение научных публикаций, организация навигации в данных архивах приведут к более продуктивной работе ученых, ознакомлению широкого круга пользователей с результатами научно-исследовательской деятельности профессорско-преподавательского состава Академии, что, несомненно, положительно отразится и на ее репутации.

Следующим важным шагом является создание фирменного стиля Академии. Наличие высококвалифицированного профессорско-преподавательского состава позволяет учреждению образования ежегодно готовить порядка 20–40 учебных изданий, монографий, сборников научных трудов, а собственная полиграфическая база позволила Академии разработать и внедрить запоминающуюся и легкоузнаваемую обложку для изданий с принятым, строго выдерживаемым цветовым оформлением и товарным знаком. Данная обложка обеспечивает единообразие всех изданий Академии и отличает их от учебных изданий иных учреждений образования как Республики Беларусь, так и зарубежных государств.

Создание фирменного стиля Академии МВД потребует также разработки и использования фирменного комплекта шрифтов, фирменных констант (строго соблюдаемых формата, системы верстки текста, представления иллюстраций и др.). В известной степени фирменный стиль – это отражение своеобразной деятельности Академии, ее брендинговой политики.

За 55-летнюю историю существования у Академии МВД сформировалась определенная репутация, выпускники учреждения образования проходят службу не только в органах внутренних дел, но и в иных правоохранительных органах республики и далеко за ее пределами, учебные издания и научные публикации профессорско-преподавательского состава широко известны в научном мире. Однако сегодня этого недостаточно. Необходимо сформировать новый современный образ Академии МВД по всем обозначенным нами направлениям, а также иным составляющим бренда учреждения образования.