



УДК 658

СТРАТЕГІЇ ТА ВИКЛИКИ БРЕНДИНГУ ЛОГОТИПУ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ВІКТОРІЯ БУХЛИЦЬКА

Національний авіаційний університет, Київ

Науковий керівник – **Вікторія Василенко** к.т.н., доц.

Проаналізовано стратегії та виклики, пов'язані з брендингом логотипу закладу вищої освіти. Досліджуються сучасні підходи до створення та позиціонування логотипів в університетському середовищі з урахуванням вимог сучасного ринку. Автори аналізують різні стратегії брендингу, включаючи використання символіки, кольорів та типографії для підсилення ідентичності та відображення цінностей установи. Також висвітлюються виклики, з якими стикаються університети під час створення та розвитку свого бренду через логотип, зокрема, конкуренція на ринку вищої освіти та потреба в постійному оновленні іміджу. Висновки статті спрямовані на вдосконалення практик брендингу логотипу для закладів вищої освіти з метою збільшення їх привабливості та конкурентоспроможності.

Ключові слова: логотип, КАІ, штучний інтелект, дизайн.

Вступ. Логотипи університетів стають не лише символами, що ідентифікують ці навчальні заклади, але й потужними елементами їхнього бренду. Завдяки своєму унікальному дизайну та символіці, логотипи вищих навчальних закладів відображають їхні цінності, ідеї та статус в освітньому середовищі. Однак, у світі, насиченому конкуренцією, процес створення та управління логотипом університету стає складним завданням, що потребує глибокого розуміння стратегій брендингу. Це дослідження присвячено аналізу стратегій та викликів, пов'язаних з брендингом логотипу закладу вищої освіти. Сучасні підходи до створення та позиціонування логотипів університетів, розглянено ключові аспекти їхнього впливу на імідж та сприятливе сприйняття закладу вищої освіти.

Результат. Історія логотипів Національного авіаційного університету (НАУ) відображає його розвиток та цінності протягом часу. Перші логотипи НАУ, були простими символами або знаками, що відображали авіаційну тематику. Пізніше у логотипах можна було бачити використання авіаційних символів, таких як літаючі апарати, крила, оберти та інші елементи, що вказували на специфіку університету. Через деякий час, логотипи стали більш сучасними та абстрактними, відображаючи не лише авіаційну тематику, а й цінності університету, такі як інновації, знання та розвиток. Кольори у логотипах є важливим елементом, які відображають стиль, енергію та професіоналізм (Рис.1). Результатом логотипу якого я створила - це творчий розвиток попередніх версій, відображаючи сучасні тенденції у дизайні, які відповідають поточному розвитку закладу. Було проаналізовано критерії стратегії для розробки нового логотипу та бренду університету, розробка нового логотипу та бренду для університету є ключовим кроком у формуванні його ідентичності та позиціонуванні на ринку освітніх послуг. Важливо врахувати наступні критерії, щоб забезпечити успішність цього процесу: Історична та культурна відповідність - це логотип має відображати історію, традиції та культурні особливості університету. Він має гармоніювати з історичним контекстом та водночас демонструвати сучасність і прогресивність навчального закладу [1].

Візуальна привабливість - логотип повинен бути простим, але виразним і запам'ятовуваним. Важливо, щоб він легко адаптувався до різних форматів та медіа, зберігаючи свою читабельність та естетичність на будь-яких носіях від візиток до білбордів.

Символізм – це кожен елемент дизайну логотипу має нести певний зміст, відображаючи ключові цінності та специфіку університету. Кольорова схема, шрифти та символіка повинні бути обрані таким чином, щоб передавати основні ідеї та ідеали навчального закладу [2-3].

Гнучкість та адаптивність - у дизайні логотипу має бути передбачена можливість його адаптації під різні формати та умови використання, включаючи онлайн та офлайн платформи. Логотип повинен ефективно працювати як у кольорі, так і в чорно-білому варіанті. Відповідність місії та візії університету - розробка логотипу має відбуватися з урахуванням



стратегічних цілей університету. Важливо, щоб логотип відображав місію, візію та стратегічні напрямки розвитку навчального закладу, підкреслюючи його унікальність і відмінності від інших. Залучення студентів, викладачів та випускників до процесу розробки логотипу може забезпечити цінний зворотній зв'язок.



Рис.1. Варіанти логотипів

Висновок. Впровадження штучного інтелекту у створення логотипів Національного авіаційного університету виявилось дуже результативним і перспективним напрямком. Використання штучного інтелекту у навчанні дозволяє зменшити час та зусилля, які потрібні для створення унікального логотипу. Результати практичного застосування інтелекту свідчать про його великий потенціал у сфері графічного дизайну та брендінгу.

Список використаних джерел

1. Національний авіаційний університет. *Національний авіаційний університет*. URL: <https://nau.edu.ua/> (дата звернення: 24.03.2024).
2. Сприйняття логотипу – основні принципи успішного дизайну. *Домени – перевірка та реєстрація доменів в Україні | Imena.ua*. URL: <https://www.imena.ua/blog/principles-of-successful-design/> (дата звернення: 24.03.2024).
3. Wiedemann J. Logo Design - Global Brands. TASCHEN, 2019. 608 p.