УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені МИХАЙЛА ДРАГОМАНОВА
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ОСВІТИ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XIV Міжнародної науково-практичної конференції
«ТЕХНОЛОГІЧНА ОСВІТА: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ», присвяченої пам'яті академіка ДМИТРА ТХОРЖЕВСЬКОГО»
28 лютого 2025 року

XI Міжнародної науково-практичної конференції
«АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ГРАФІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ:ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА ТА ШЛЯХИ РОЗВИТКУ»,
присвяченої пам'яті член-кореспондента НАПН України ВІКТОРА СИДОРЕНКА
1 березня 2025 року

КИЇВ 2025

УДК 377.09(082)

Затверджено рішенням Вченої ради факультету технологій та дизайну Українського державного університету імені Михайла Драгоманова
(протокол № 7 від 31 березня 2025 р.)

За загальною редакцією – Дмитра Кільдерова, Валентини Харламенко

Редакційна колегія: Тетяна Чернова, кандидат педагогічних наук, доцент; **Тарас Олефіренко,** кандидат педагогічних наук, професор; **Валентина Лозовецька**, доктор педагогічних наук, професор; **Юрій Павлов**, доктор педагогічних наук, професор; **Юлія Колісник-Гуменюк**, доктор педагогічних наук, доцент; **Лідія Сліпчишин**, доктор педагогічних наук, професор; **Микола Коломієць,** кандидат педагогічних наук, доцент; **Тетяна Якимович**, кандидат педагогічних наук, доцент.

Технічні редактори: Олена Козієнко, Микола Коломієць.

Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції пам'яті академіка Дмитра Тхоржевського «Технологічна освіта: сучасні реалії та перспективи розвитку» 28 лютого 2025 року). XI Міжнародної наукової-практичної конференції «Актуальні питання графічної підготовки: теорія, практика та шляхи розвитку», присвяченої пам'яті член-кореспондента НАПН України Віктора Сидоренка (1 березня 2025 року) / за заг. ред. Д. Кільдерова, В. Харламенко. Київ, 2025. 784 с.

До збірника увійшли тези доповідей XIV Міжнародної науково-практичної конференції пам'яті академіка Дмитра Тхоржевського «Технологічна освіта: сучасні реалії та перспективи розвитку» (28 лютого 2025 року). XI Міжнародної наукової-практичної конференції «Актуальні питання графічної підготовки: теорія, практика та шляхи розвитку», присвяченої пам'яті член-кореспондента НАПН України Віктора Сидоренка (1 березня 2025 року).

Розраховано на здобувачів освіти, педагогічних працівників закладів загальної середньої, професійно-технічної, вищої, післядипломної освіти, співробітників наукових установ та закладів.

©Факультет технологій та дизайну, 2025
©УДУ імені Михайла Драгоманова, 2025
©Автори тез, 2025

АТРИБУТИ БРЕНДУ В ОСВІТНІЙ СФЕРІ ЯК СПОСІБ КОМУНІКАЦІЇ

Володимир Кондратовець, Ліля Дерман

Український державний університет імені Михайла Драгоманова

Київ, Україна

***Анотація**: у статті розглянуто роль атрибутики факультету технологій та дизайну як важливого комунікаційного інструменту, що сприяє його популяризації, формуванню єдиної ідентичності та зміцненню зв'язку з цільовою аудиторією.*

Визначено, що атрибутика факультетів у структурі університету є засобом підкреслення унікальності освітніх програм, розвитку корпоративної культури та побудови позитивного іміджу навчального закладу. Окреслено її значення у процесах візуального брендингу. Розглянуто вплив атрибутики на мотивацію, лояльність студентів і викладачів, а також її роль у зміцненні партнерських відносин із зовнішніми стейкхолдерами.

***Ключові слова:** атрибутика, комунікація, корпоративна культура, візуальний брендинг, ринок, дизайн*

Атрибутика факультетів у структурі університету є одним із важливих способів комунікації. Вона допомагає виокремити ідентичність факультету, сприяє побудові його репутації як серед студентів та викладачів, так і серед зовнішніх партнерів – стейкхолдерів. У сучасних умовах, коли кожен університет змагається за увагу абітурієнтів, атрибутика факультету допомагає вирізняти його на ринку освітніх послуг, підкреслює професійний напрямок, унікальність освітніх програм та створює позитивний імідж навчального закладу чи його окремого підрозділу.

Атрибутика факультету, як-от одяг, канцелярія, сувеніри чи аксесуари, об'єднує студентів, викладачів та випускників, створюючи відчуття приналежності до спільноти факультету. Це сприяє розвитку корпоративної

культури та формує сильну внутрішню ідентичність, яка впливає на мотивацію і лояльність учасників спільноти [2].

Атрибутика є частиною візуального брендингу, який допомагає виділити факультет серед інших підрозділів університету. Вона сприяє формуванню єдиного та впізнаваного образу факультету, який асоціюється з його цінностями, специфікою та високою якістю освіти.

Візуально приваблива та якісно оформлена атрибутика може стати інструментом просування факультету як у межах університету, так і поза ним. Користувачі атрибутики, особливо студенти, носять її в різних місцях, що допомагає факультету залучати нову аудиторію, популяризувати свої програми та розширювати впізнаваність бренду [5].

Атрибутика факультету – це спосіб підтримувати постійний контакт з аудиторією, у тому числі з випускниками та потенційними абітурієнтами. Сувенірна продукція, брендований одяг та аксесуари, які залишаються у випускників, підтримують зв'язок з факультетом навіть після завершення навчання та створюють основу для формування мережі лояльних випускників. Відтак, атрибутика сприяє постійному зв'язку з випускниками, студентами та потенційними абітурієнтами. Вони, які зберігають брендовані речі, залишаються в емоційному зв'язку з факультетом, а нова атрибутика може зацікавити абітурієнтів.

Наявність корпоративної атрибутики може сприяти підвищенню професійної відповідальності та дисципліни серед студентів, стимулюючи відчуття належності до організованої і престижної структури. Це може також позитивно вплинути на їхній навчальний процес та ставлення до навчання [1].

Сучасні українські університети, такі як Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Український католицький університет, Національний технічний університет "Київський політехнічний інститут" та інші, вже активно використовують візуальний брендинг у своїй діяльності. Вони створюють унікальні логотипи, корпоративні кольори та стандарти

візуального оформлення, які відображають академічні цінності, культурну спадщину та досягнення навчального закладу.

Атрибутика створює додаткові можливості для соціальних мереж, де студенти та випускники діляться зображеннями брендованих речей, що створює позитивний інформаційний фон для факультету [4].

Це сприяє залученню нової аудиторії та створює активну комунікаційну платформу.

Такий підхід також формує довіру до університету, що важливо не тільки для вступників, а й для їхніх батьків, які часто беруть активну участь у виборі навчального закладу [3].

Використання цифрових інструментів для створення адаптивного і сучасного дизайну є одним із сучасних підходів до створення візуального брендингу у закладах вищої освіти. Розробка інтерактивних елементів брендингу, таких як віртуальні тури, анімаційні матеріали та інше, підкреслюють інноваційність такого підходу.

Отже, атрибутика факультету технологій та дизайну є не лише символом, але й потужним комунікаційним інструментом, який посилює зв'язок між факультетом та його аудиторією, сприяє його популяризації та формує єдину та привабливу ідентичність.

Література:

1. Гринько, А. О. Атрибути бренду як складова процесу брендингу. *Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток* : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. до 90-річ. заснув. ХНТУСГ/ Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка. Харків : ХНТУСГ, С. 65-68

2. Дерман Л. М. (2020). Нові соціальні медіа в дизайні: соціокультурні та комунікативні аспекти. *Культурологічний альманах*. 2020. № 1. С.14-16.

3. Дерман Л. М. Соціокультурні комунікації у дизайні XX–XXI століть. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2014. №3. С. 38-41.

4. Литвиненко К. О. Основні атрибути успішного бренда. *Управління розвитком*. 2012. № 2. С. 74–77.

5. Bakhmetieva, A. (2016). Основні атрибути та драйвери бренда університету. *Communications and Communicative Technologies*. 2016. № 24(12), P. 3-8.

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ПЕДАГОГІЧНІЙ ОСВІТІ: АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ НА РІЗНИХ РІВНЯХ ОСВІТИ

Інна Коренева

Глухівський національний педагогічний університет

імені Олександра Довженка

Глухів, Україна

***Анотація**: розглянуто проблематику формування професійної компетентності педагогів у цифровому середовищі. Визначено ключові цифрові інструменти, які використовуються у навчальному процесі, зокрема віртуальну та доповнену реальність, онлайн-лабораторії, мобільні застосунки й освітні платформи. Акцентовано увагу на викликах цифровізації, зокрема нерівному доступі до технологій і необхідності підвищення цифрової грамотності викладачів. Представлені результати аналізу свідчать про широке використання Google Workspace for Education у закладах освіти.*

***Ключові слова**: цифрові технології, педагогічна освіта, дистанційне навчання, інноваційні методики, цифрова компетентність, освітні платформи, змішане навчання.*

Сучасний етап розвитку освітньої системи України характеризується глибокими трансформаційними процесами, що спрямовані на оновлення концептуальних засад функціонування національної освіти. Попри складні геополітичні та соціально-економічні виклики, триває поступова інтеграція