

УДК 74

СИСТЕМА ВІЗУАЛЬНИХ ЕЛЕМЕНТІВ КОРПОРАТИВНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ПРИ ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Канінець А.А., студентка, каф. МСТ, ХНУРЕ

Вовк О.В., доцент, каф. МСТ, ХНУРЕ

Анотація. У цій роботі розглядається корпоративна ідентичність та її елементи як важливий засіб формування іміджу навчального закладу. Корпоративна ідентичність грає важливу роль у формуванні образу та іміджу вищого навчального закладу, сприяє його впізнаваності та привабливості як для студентів, так і для потенційних працівників та партнерів. Також розглядаються поняття елементів, що складають корпоративну ідентичність.

Ключові слова: КОРПОРАТИВНА ІДЕНТИЧНІСТЬ, ВІЗУАЛЬНІ ЕЛЕМЕНТИ, АЙДЕНТИКА, ЕЛЕМЕНТИ КОРПОРАТИВНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ.

Корпоративна ідентичність – набір певних компонентів (вербальних, візуальних та ін.) що створюють унікальний впізнаваний образ та імідж певної організації. У якості елементів корпоративної ідентифікації можуть бути використані фірмовий колір та шрифт, фірмовий логотип, фірмовий знак та інше – всі ці елементи використовуються для створення унікального впізнаваного образу. Також засоби поширення інформації про організацію, створені з урахуванням елементів корпоративної ідентифікації є надзвичайно потужним засобом впливу на цільову аудиторію, адже через такі інформаційні засоби можна донести сильні сторони, ключові наративи, позицію та унікальність організації [1].

Корпоративна ідентичність грає важливу роль у формуванні образу та іміджу вищого навчального закладу, сприяє його впізнаваності та привабливості як для студентів, так і для потенційних працівників та партнерів. Важливість корпоративної ідентифікації відображається в наступних аспектах:

- унікальність – при умові високої конкуренції між вищими навчальними закладами вадливо мати чітко виражену позицію відображену у елементах корпоративної ідентифікації, що виділить конкретний навчальний заклад серед багатьох інших;

- формування образу та репутації – корпоративна ідентифікація дозволяє вищому навчальному закладу створити свій унікальний образ та підтвердити свою репутацію. Послідовність у візуальному та комунікативному обличчі дозволяє вищому навчальному закладу сформувати довіру у студентів, їх батьків, партнерів, та суспільстві в цілому;

- залучення студентів та фінансова підтримка – приваблива корпоративна ідентифікація сприяє залученню талановитих студентів та фінансовій підтримці університету;

– створення спільноти та приналежності – корпоративна ідентифікація також сприяє формуванню почуття приналежності студентів, викладачів та співробітників до університетської спільноти, яскраво виражений бренд та стиль допомагає створити єдину культуру та зміцнити внутрішній зв'язок між його учасниками [2].

Найвагоміші елементи з яких складається корпоративна ідентичність:

– фірмовий стиль – логотип, товарний знак, фірмовий шрифт, символіка, вивіски, фірмові бланки і т.д. Все візуально-графічні елементи, описані нижче, є складовими фірмового стилю;

– фірмовий корпоративний колір – (їх не повинно бути більше 3-х). Кожен колір виражає певну емоцію, і тим самим, несе в собі повідомлення про місію організації (особистості). Фірмовий колір вибирається залежно від місії організації, її послання, позиціонування і ін. Інших складових корпоративної ідентичності;

– логотип – спеціально створене та зареєстроване символіко-графічне зображення, метою створення якого є відобразити сутність організації, її ключові сильні сторони. Нерідко логотип поєднують з текстовими елементами, такими як слоган або короткі повідомлення що дають цільовій аудиторії зрозуміти суть організації, її спрямованість та переваги;

– слоган / девіз – коротке послання, створене для того, що б миттєво спровокувати реакцію споживача;

– друкована продукція – все що можна надрукувати на паперових носіях: візитки, фірмові бланки, постери, афіші, конверти;

– веб-сайт, інтернет портал – в сучасних умовах без мережі Інтернет складно уявити просування будь-якої організації, тож веб-сайт або інтернет портал має містити всю інформацію про організацію, для швидкої орієнтації споживачів.

Корпоративна ідентичність та її елементи – надзвичайно потужний інструмент, розробка якого є ключовим елементом у формуванні іміджу навчального закладу, що забезпечує комунікацію між вищим навчальним закладом та абітурієнтами, студентами, викладачами, наявними та потенційними партнерами. Сприяє впізнаваності вищого навчального закладу та виділяє його з поміж конкурентів [3].

Література.

1. Айдентика. <https://art-light.com.ua/articles/reklamniy-slovník/identyka>.
2. Система візуальних елементів ідентичності при формуванні іміджу компанії. <https://journals.nupp.edu.ua/eir/article/view/1443/1231>.
3. Що таке «корпоративна ідентичність» (corporate identity) як її створення пов'язане з PR. <https://jak.koshachek.com/articles/shho-take-korporativna-identichnist-corporate.html>.