

Наукові перспективи
Видавнича група

Шановні колеги!

**З Новим Роком та
Різдвом Христовим!**

Бажаю, щоб Ви і Ваші близькі були здорові і щасливі, щоб удача супроводжувала у справах, щоб любов оточувала і наповнювала Вас і Вашу родину.

Нехай негоди проходять стороною, а над головою буде завжди мирне небо і ясне сонце. Виконаних мрій, досягнутих цілей і приємних відкриттів Вам у Новому 2025 році!

З повагою,
директор Видавничої групи
«Наукові перспективи»
Ірина Жукова



Видавнича група «Наукові перспективи»

**Всеукраїнська Асамблея докторів наук із державного
управління**

Асоціація науковців України

«Наука і техніка сьогодні»

*(Серія «Педагогіка», Серія «Право», Серія «Економіка»,
Серія «Фізико-математичні науки», Серія «Техніка»)*

Випуск № 1(42) 2025

Київ – 2025

Publishing Group «Scientific Perspectives»

Ukrainian Assembly of Doctors of Sciences in Public Administration

Association of Scientists of Ukraine

"Science and technology today"

***("Pedagogy" series, "Law" series, "Economics" series,
"Physical and mathematical sciences" series, "Technics" series)***

Issue № 1(42) 2025

Kyiv – 2025



**«Наука і техніка сьогодні» (Серія «Педагогіка», Серія «Право»,
Серія «Економіка», Серія «Фізико-математичні науки», Серія «Техніка»):
журнал. 2025. № 1(41) 2025. С. 1493**



*Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 07.04.2022 №320 журналу
присвоєно категорію "Б" із економіки та педагогіки (спеціальності – 015 -
Педагогічні науки; 076 - Економічні науки)*

*Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 06.06.2022 №530 журналу
присвоєно категорію "Б" із права (спеціальність – 081 Юридичні науки)*

*Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 10.10.2022 №894 журналу присвоєно
категорію "Б" із техніки (спеціальність - 122 Комп'ютерні науки)*

*Журнал видається за підтримки Міждержавної гільдії інженерів консультантів, Інституту філософії та
соціології Національної Академії Наук Азербайджану (Баку, Азербайджан), громадської організації «Християнська
академія педагогічних наук України» та громадської організації «Всеукраїнська асоціація педагогів і психологів з
духовно-морального виховання»*

*Рекомендовано до видавництва Президією Всеукраїнської Асамблеї докторів наук з державного управління
(Рішення від 24.01.2025, №8/1-25)*



Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index
Copernicus (IC), міжнародної пошукової системи Google Scholar та до
міжнародної наукометричної бази даних Research Bible



Головний редактор: Сопілко Ірина Миколаївна - доктор юридичних наук,
професор, Відмінник освіти України, Лауреат Премії Президента України для
молодих вчених, Лауреат Премії Верховної Ради України найталановитішим молодим
ученим в галузі фундаментальних і прикладних досліджень та науково-технічних
розробок, академік Академії наук вищої школи України, Заслужений юрист України
(Київ, Україна)

Редакційна колегія:

- Бахов Іван Степанович —доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри іноземної філології та перекладу Міжрегіональної академії управління персоналом (Київ, Україна)
- Будник Вікторія Анатоліївна - кандидат економічних наук, професор, професор кафедри бізнес-логістики та транспортних технологій Державного університету інфраструктури та технологій (Київ, Україна)
- Волк Павло Павлович —доцент кафедри водної інженерії та водних технологій Національного університету водного господарства та природокористування (Рівне, Україна)
- Гирка Ольга Ігорівна - кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри товарознавства, митної справи та управління якістю Львівського торговельно-економічного університету (Львів, Україна)
- Гнатюк Сергій Олександрович - кандидат технічних наук, доцент, заступник декана факультету аеронавігації, електроніки та телекомунікацій Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- Дацій Олександр Іванович - доктор економічних наук, професор, Заслужений працівник освіти України, завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи Міжрегіональної академії управління персоналом (Київ, Україна)
- Дівізінюк Михайло Михайлович - доктор фізико-математичних наук, професор, Завідувач відділу Відділу цивільного захисту та інноваційної діяльності Державної установи "Інститут геохімії навколишнього середовища Національної академії наук України" (Київ, Україна)
- Дяденчук Альона Федорівна - кандидат технічних наук, старший викладач кафедри вищої математики і фізики Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (Мелітополь, Україна)
- Забулонов Юрій Леонідович - доктор технічних наук, професор, Член-кореспондент НАН України, директор Державної установи «Інститут геохімії навколишнього середовища Національної академії наук України» (Київ, Україна)
- Ільїн Валерій Юрійович - доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)
- Ільїна Анастасія Олександрівна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри публічного управління і адміністрування Національного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

- Кардаш Оксана Любомирівна —кандидат економічних наук, доцент кафедри комп'ютерних технологій та економічної кібернетики Навчально-наукового інституту автоматизації, кібернетики та обчислювальної техніки Національного університету водного господарства та природокористування (м. Рівне, Україна)
- Квасніков Володимир Павлович — доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри комп'ютеризованих електротехнічних систем та технологій Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- Коваленко Валентин Васильович - доктор юридичних наук, професор, провідний науковий співробітник сектору авторського права та суміжних прав лабораторії авторського права та інформаційних технологій Науково—дослідного центру судової експертизи з питань інтелектуальної власності Міністерства юстиції України (Київ, Україна)
- Коваленко Олена Михайлівна - кандидат педагогічних наук, провідний науковий співробітник відділу профільного навчання Інституту педагогіки НАПН України (Київ, Україна)
- Комнатний Сергій Олександрович - докторант кафедри філософії права та юридичної логіки Національної академії внутрішніх справ (Київ, Україна)
- Кравчук Володимир Миколайович —доктор юридичних наук, доцент, доцент кафедри конституційного, адміністративного та міжнародного права Волинського національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, Україна)
- Кузьмич Людмила Володимирівна - доктор технічних наук, головний науковий співробітник Інституту водних проблем і меліорації Національної академії аграрних наук України (Київ, Україна)
- Куницький Сергій Олегович - кандидат технічних наук, старший дослідник, провідний науковий співробітник науково-дослідної частини Національного університету водного господарства та природокористування (Рівне, Україна)
- Лук'янчук Олександр Петрович — кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри будівельних, дорожніх, меліоративних, сільськогосподарських машин та обладнання Національного університету водного господарства та природокористування (Рівне, Україна)
- Маджд Світлана Михайлівна - доктор технічних наук, професор , професор кафедри зеленої економіки та економіки природокористування Державної екологічної академії післядипломної освіти та управління (Київ, Україна)
- Мануель Давид Массено - доцент відділу права та захисту даних, старший науковий співробітник і член координаційного комітету лабораторії UbiNET , запрошений член PDPC , член-консультант комісії цифрового права муніципальних адвокатських колегій Кампінаса та Прая-Гранде (Сан-Паулу), а також Комісії з інновацій, управління та технологій муніципальної адвокатської колегії Гуарульуса, коментатор IODA , почесний член IDEIA Institute член Наукового комітету MICHR , член EDEN , член-кореспондент RedNAC , член UMAU , член-кореспондент UBAU (Португалія)
- Микитин Тарас Миронович - кандидат технічних наук, завідувач кафедри менеджменту Рівненського державного гуманітарного університету (Рівне, Україна)
- Миргород-Карпова Валерія Валеріївна - кандидат юридичних наук, заступник директора з наукової роботи, старший викладач кафедри адміністративного, господарського права та фінансово-економічної безпеки Сумського державного університету (Суми, Україна)
- Мізюк Вікторія Анатоліївна – кандидат педагогічних наук, доцент, декан факультету управління, адміністрування та інформаційної діяльності Ізмаїльського державного гуманітарного університету (Ізмаїл, Україна)
- Мірошніченко Валентина Іванівна - доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри психології, педагогіки та соціально-економічних дисциплін Національної академії Державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького (Хмельницький, Україна)
- Міхальський Томаш —доктор наук, доцент кафедри географії регіонального розвитку Гданського університету (Польща)
- Огієнко Микола Миколайович - кандидат технічних наук, професор кафедри організації авіаційних робіт та послуг Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- Одарченко Роман Сергійович - завідувач кафедри телекомунікаційних та радіоелектронних систем Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- Оніщенко Наталія Миколаївна - доктор юридичних наук, професор, Заслужений юрист України, академік НАПрН України, завідувач відділу теорії держави і права Інституту держави і права ім. В.М.Корецького НАН України (Київ, Україна)
- Опанасенко Володимир Миколайович —доцент кафедри комп'ютеризованих електротехнічних систем та технологій Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- Ордановська Олександра Ігорівна – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри інноваційних технологій та методики навчання природничих дисциплін Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» (Одеса, Україна)
- Охріменко (Жмурко) Тетяна Олександрівна - старший науковий співробітник кафедри комп'ютеризованих систем управління Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- Павлов Костянтин Володимирович — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри підприємництва і маркетингу Волинського національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, Україна)
- Паскаль Олена Вікторівна - кандидат педагогічних наук, доцент кафедри педагогічних технологій початкової освіти Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» (Одеса, Україна)
- Поліщук Віталій Васильович — кандидат сільськогосподарських наук , завідувач відділу зрошення, відділення меліорації Інституту водних проблем і меліорації Національної академії аграрних наук України (Київ, Україна)
- Пономаренко Лілія Петрівна – кандидат фізико-математичних наук, доцент кафедри Загальної фізики Фізико-математичного факультету Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (Київ, Україна)
- Приходькіна Наталія Олексіївна - доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки, адміністрування і спеціальної освіти Навчально-наукового інституту менеджменту та психології ДЗВО «Університет менеджменту освіти» НАПН України (Київ, Україна)
- Стахова Анжеліка Петрівна —старший викладач кафедри комп'ютеризованих електротехнічних систем та технологій Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- Турчинова Ганна Володимирівна —кандидат педагогічних наук, доцент, декан факультету природничо-географічної освіти та екології Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова (Київ, Україна)

- Фесенко Андрій Олексійович - кандидат технічних наук, асистент кафедри кібербезпеки та захисту інформації Київського національного університету імені Тараса Шевченка. (Київ, Україна)
- Черненко Варвара Петрівна - кандидат фізико-математичних наук, доцент кафедри інформатики і вищої математики Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського (Кременчук, Україна)
- Чернуха Надія Миколаївна — доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри соціальної реабілітації та соціальної педагогіки Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Київ, Україна)
- Чумак Оксана Володимирівна - доктор економічних наук, доцент, науковий співробітник відділу статистики і аналітики вищої освіти Державної наукової установи «Інститут освітньої аналітики», (Київ, Україна)
- Шандра Наталія Андріївна - кандидат педагогічних наук, доцент кафедри іноземних мов для природничих факультетів Львівського національного університету імені Івана Франка (Львів, Україна)
- Шеремет Інеса Володимирівна - кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри медикобіологічних та валеологічних основ охорони життя і здоров'я Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова (Київ, Україна)
- Якимчук Аліна Юріївна - доктор економічних наук, професор, Академік економічних наук України, професор кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності Національного університету водного господарства та природокористування (Рівне, Україна)
- Якимчук Олег Феодосійович - керівник групи білінгу Відділу бізнес-систем Департаменту інформаційних технологій ПРАТ «Рівнеобленерго» (Рівне, Україна)
- Яцишин Андрій Васильович - доктор технічних наук, старший науковий співробітник, провідний науковий співробітник Відділу цивільного захисту та інноваційної діяльності Державної установи "Інститут геохімії навколишнього середовища Національної академії наук України" (Київ, Україна)

Статті розміщені в авторській редакції. Відповідальність за зміст та орфографію поданих матеріалів несуть автори.

- | | |
|--|-----|
| Медведєва М.О.
<i>ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ STEAM-УРОКІВ</i> | 757 |
| Мізюк В.А., Дмитрієва М.В., Абросімов Є.О.
<i>ГЕЙМІФІКАЦІЯ ТА ІНТЕРАКТИВНІ ЗАВДАННЯ ЯК ЕФЕКТИВНІ МЕТОДИ СТИМУЛЮВАННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ АКТИВНОСТІ У ВЕБ-РОЗРОБЦІ</i> | 770 |
| Мурзіна О.А.
<i>МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ЛІКАРІВ</i> | 783 |
| Петухова Т.А., Токарєв О.В., Трегуб А.М., Качерова О.Г.
<i>ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ СУЧАСНОСТІ: ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ</i> | 790 |
| Питьовка О.Ю., Лінтур І.В.
<i>АДАПТАЦІЯ ПЕРШОКУРСНИКІВ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ВИЩОЇ МАТЕМАТИКИ: РІШЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗАДАЧ ЯК ЗАСІБ МОТИВАЦІЇ</i> | 804 |
| Поліщук Н.М., Червоношапка М.О.
<i>ГІГІЄНІЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ АДАПТАЦІЇ СПОРТСМЕНІВ ДО ТРЕНУВАНЬ У ЕКСТРЕМАЛЬНИХ УМОВАХ</i> | 814 |
| Проценко А.А., Сопотницька О.В., Непша О.В., Проценко Г.О.
<i>ДЕФІНІЦІЯ ЗМІСТУ ПОНЯТЬ «КОМПЕТЕНТНІСТЬ» І «КОМПЕТЕНЦІЯ» В СВІТЛІ СУЧАСНОЇ ОСВІТНЬОЇ ПАРАДИГМИ</i> | 822 |
| Пшенична О.С., Присяна Д.І.
<i>МУЛЬТИМЕДІЙНІ ЗАСОБИ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ В СУЧАСНІЙ ШКОЛІ</i> | 835 |
| Руденченко А.А., Кошель Г.В.
<i>ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ ДО СТВОРЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ДЛЯ РЕКЛАМИ</i> | 848 |
| Сікора О.В., Вдовичин Т.Я., Кобильник Т.П.
<i>STEM ЯК СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ</i> | 858 |
| Тарасов В.В.
<i>АДАПТАЦІЯ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ ДО ПОТРЕБ СУЧАСНИХ ВІЙСЬКОВИХ ВИМОГ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ МОБІЛЬНОСТІ ОФІЦЕРІВ</i> | 871 |

УДК 377.8:74:659.1

[https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-1\(42\)-848-857](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2025-1(42)-848-857)

Руденченко Алла Андріївна доктор педагогічних наук, професор завідувач кафедри декоративного мистецтва і реставрації, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Київ, <https://orcid.org/0000-0001-9354-8216>

Кошель Ганна Володимирівна кандидат технічних наук, доцент кафедри автомобільного транспорту та сучасної інженерії, Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна», Київ, <https://orcid.org/0000-0003-1862-1553>

ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ ДО СТВОРЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ДЛЯ РЕКЛАМИ

Анотація. Стаття присвячена аналізу сучасних підходів до підготовки майбутніх дизайнерів до створення елементів фірмового стилю для реклами в закладах вищої освіти. У дослідженні розглянуто ключові аспекти модернізації освітньо-професійних програм, спрямованих на формування професійних компетентностей здобувачів освіти, які відповідають сучасним вимогам ринку. Зроблено акцент на важливості інтеграції цифрових технологій, таких як 3D-дизайн, доповнена реальність та адаптивні шрифти, що дозволяють створювати конкурентоспроможні елементи фірмового стилю, адаптовані до цифрового середовища.

У статті висвітлено роль проектно-орієнтованого навчання, яке дозволяє здобувачам освіти працювати над реальними завданнями, отримувати досвід співпраці з реальними замовниками та глибше опановувати сучасні інструменти дизайну. Особливу увагу приділено формуванню навичок створення ключових елементів фірмового стилю, таких як логотипи, графічні символи, шрифти та кольорові схеми. Розглянуто необхідність врахування маркетингових і психологічних аспектів у процесі розробки візуальної ідентичності, що дозволяє майбутнім дизайнерам створювати ефективні рекламні рішення.

Також розглянуто значення міждисциплінарного підходу в освітньому процесі. Підкреслено важливість інтеграції знань із суміжних сфер, таких як маркетинг, брендинг та психологія сприйняття візуального контенту. Важливим аспектом підготовки є розвиток креативного мислення здобувачів освіти та їхньої здатності адаптувати дизайнерські рішення до специфіки локальних і глобальних ринків. Особливий акцент зроблено на врахуванні культурних і етнічних особливостей, що дозволяють створювати унікальні та емоційно значущі елементи фірмового стилю.

У результаті дослідження визначено, що ефективна підготовка майбутніх дизайнерів можлива за умови системного оновлення освітніх програм, впровадження сучасних цифрових технологій, проєктно-орієнтованих методів навчання та інтеграції міждисциплінарного підходу. Реалізація цих принципів сприятиме формуванню конкурентоспроможних фахівців, здатних створювати якісні та сучасні елементи фірмового стилю для рекламної сфери.

Ключові слова: освітньо-професійні програми, підготовка майбутніх фахівців, дизайн, , майбутні дизайнери, дизайнерська освіта, майбутні фахівці з дизайну, професійна діяльність, елементи фірмового стилю, здобувачі освіти, заклади вищої освіти.

Rudenchenko Alla Andriivna Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Department of Decorative Arts and Restoration at Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Kyiv, <https://orcid.org/0000-0001-9354-8216>

Koshel Hanna Volodymyrivna Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Automotive Transport and Modern Engineering, Open International University of Human Development "Ukraine", Kyiv, <https://orcid.org/0000-0003-1862-1553>

PREPARATION OF FUTURE DESIGNERS FOR CREATING CORPORATE IDENTITY ELEMENTS FOR ADVERTISING

Abstract. The article is devoted to analyzing modern approaches to preparing future designers for creating corporate identity elements for advertising in higher education institutions. The study examines key aspects of modernizing educational and professional programs aimed at developing professional competencies of students that meet current market demands. Emphasis is placed on the importance of integrating digital technologies, such as 3D design, augmented reality, and adaptive fonts, which enable the creation of competitive corporate identity elements adapted to the digital environment.

The article highlights the role of project-based learning, which allows students to work on real-world tasks, gain experience collaborating with real clients, and deepen their mastery of modern design tools. Special attention is paid to the development of skills in creating key corporate identity elements, such as logos, graphic symbols, fonts, and color schemes. The necessity of considering marketing and psychological aspects in the process of developing visual identity is discussed, enabling future designers to create effective advertising solutions.

The significance of an interdisciplinary approach in the educational process is also addressed. The importance of integrating knowledge from related fields, such as marketing, branding, and the psychology of visual perception, is emphasized. A

critical aspect of training is the development of students' creative thinking and their ability to adapt design solutions to the specifics of local and global markets. Particular emphasis is placed on considering cultural and ethnic characteristics, which allow the creation of unique and emotionally resonant corporate identity elements.

The study concludes that effective preparation of future designers is possible through the systematic updating of educational programs, the implementation of modern digital technologies, project-based teaching methods, and the integration of an interdisciplinary approach. The application of these principles will contribute to forming competitive professionals capable of creating high-quality and contemporary corporate identity elements for the advertising industry.

Keywords: educational and professional programs, training of future professionals, design, future designers, design education, future design specialists, professional activity, corporate identity elements, education seekers, higher education institutions.

Постановка проблеми. Сучасний ринок реклами характеризується інтенсивною конкуренцією, де дизайн фірмового стилю є ключовим фактором формування впізнаваності бренду. Фірмовий стиль відіграє важливу роль у створенні позитивного іміджу компанії та забезпеченні ефективної комунікації з цільовою аудиторією. У цьому контексті важливою стає якісна підготовка майбутніх фахівців з дизайну, які зможуть успішно вирішувати завдання професійної діяльності, пов'язані зі створенням елементів фірмового стилю.

Однак у сучасній системі дизайнерської освіти існує низка проблем, що ускладнюють підготовку здобувачів освіти до професійної діяльності. По-перше, освітньо-професійні програми не завжди забезпечують достатній рівень інтеграції міждисциплінарних знань, необхідних для ефективного створення фірмового стилю. Це стосується, зокрема, поєднання дизайнерських компетенцій із основами маркетингу, брендингу та поведінкової психології.

По-друге, заклади вищої освіти часто зосереджуються на теоретичних аспектах підготовки, що обмежує можливості здобувачів освіти у практичній роботі. Майбутні дизайнери мають отримувати досвід реалізації реальних проєктів, працюючи з замовниками чи виконуючи завдання, максимально наближені до умов професійної діяльності. Такий підхід сприятиме формуванню у студентів навичок розробки логотипів, кольорових схем, шрифтів та інших елементів фірмового стилю, необхідних для успішної роботи в рекламній сфері.

Ще однією проблемою є недостатня увага до сучасних цифрових технологій. Освітньо-професійні програми повинні враховувати специфіку створення фірмового стилю для цифрового середовища, де домінують

соціальні мережі, мобільні додатки та вебресурси. Майбутні фахівці з дизайну мають володіти інструментами, що дозволяють адаптувати дизайн до різних платформ та форматів.

Тому, підготовка майбутніх дизайнерів до створення елементів фірмового стилю для реклами потребує вдосконалення освітньо-професійних програм. Заклади вищої освіти мають забезпечити здобувачам освіти як ґрунтовну теоретичну базу, так і можливості для розвитку практичних навичок. Важливим є також інтегрування сучасних цифрових технологій і розширення міждисциплінарного підходу, що дозволить формувати висококваліфікованих фахівців, здатних задовольнити вимоги сучасного ринку.

Такий комплексний підхід до дизайнерської освіти сприятиме підготовці конкурентоспроможних фахівців, які зможуть ефективно реалізовувати завдання професійної діяльності, створюючи унікальні елементи фірмового стилю для успішного просування брендів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема підготовки майбутніх дизайнерів досліджувалася з позиції формування професійної компетентності здобувачів освіти, удосконалення освітньо-професійних програм і впровадження сучасних технологій у дизайнерську освіту. Значний внесок у вивчення цих питань зробили О. Пасько, М. Кирієнко, М. Кравченко. А. Мешко. Інші дослідники, такі як В. Бистрякова, Г. Чемерис, наголошують на важливості інтеграції міждисциплінарного підходу в підготовці дизайнерів, що передбачає поєднання знань із графічного дизайну, маркетингу та психології сприйняття.

Дослідження у сфері реклами та фірмового стилю охоплюють питання створення елементів брендової ідентичності та їх впливу на аудиторію. Значний внесок у цю сферу зробили такі автори, як А. Андрейканіч, О. Залевська, Ф. Дегтярьов, В. Кардашов. Їхні дослідження підкреслюють значення кольорових рішень, шрифтів, логотипів та графічних елементів у формуванні впізнаваного іміджу бренду.

О. Осадча та О. Калашнікова акцентують увагу на важливості адаптації фірмового стилю до цифрових платформ. Ф. Дегтярьов та Г. Затуловська у своїх роботах досліджують вплив візуальних елементів на формування емоційного зв'язку між брендом і аудиторією.

Аналіз останніх досліджень свідчить, що підготовка майбутніх дизайнерів та розробка фірмового стилю в рекламі є взаємопов'язаними напрямками. З одного боку, вдосконалення освітньо-професійних програм у закладах вищої освіти сприятиме якісній підготовці фахівців. З іншого боку, врахування сучасних тенденцій у створенні фірмового стилю дозволить випускникам успішно реалізовувати себе в рекламній сфері, відповідаючи потребам сучасного ринку.

Мета статті – розкрити сучасні підходи до підготовки майбутніх дизайнерів до створення ключових елементів фірмового стилю для реклами,

зокрема логотипів, шрифтів, кольорових схем, графічних елементів та фірмових композицій, у закладах вищої освіти. Визначити ефективні способи удосконалення освітньо-професійних програм шляхом інтеграції практико-орієнтованого навчання, використання сучасних цифрових технологій і розвитку творчих та професійних навичок здобувачів освіти для формування конкурентоспроможних фахівців, здатних відповідати вимогам сучасної рекламної індустрії.

Виклад основного матеріалу. Сучасні підходи до підготовки майбутніх дизайнерів до створення елементів фірмового стилю для реклами вимагають комплексного поєднання теоретичної бази, практичного досвіду та інтеграції сучасних цифрових технологій. Ефективна підготовка здобувачів освіти передбачає формування у них умінь створювати візуально привабливі та функціональні елементи фірмового стилю, які відповідають вимогам сучасної рекламної індустрії. Як зазначено в роботах О. Пасько та М. Кирієнко, використання мультимедійних технологій у процесі навчання дозволяє здобувачам освіти оволодіти основними принципами дизайну, зокрема розробкою логотипів, шрифтів, кольорових схем і графічних символів, які є основою будь-якого фірмового стилю [8].

Одним із центральних аспектів підготовки майбутніх дизайнерів є формування у них умінь працювати з проектно-художніми засобами. У дослідженні О. Залевської наголошується, що створення елементів фірмового стилю потребує поєднання креативного мислення та вміння враховувати потреби цільової аудиторії, зокрема через адаптацію до сучасних ринкових вимог [4]. Це підтверджують результати досліджень О. Калашнікової, яка підкреслює важливість візуальної мови графічного дизайну у створенні унікальних стилістичних рішень, що допомагають бренду виділятися серед конкурентів [6].

Дослідження також акцентують увагу на необхідності використання етнічних мотивів у створенні елементів фірмового стилю. Так, В. Кардашов та В. Чемерис, вказують на роль культурних особливостей регіону у формуванні дизайну, що дозволяє створювати не лише унікальні, але й емоційно значущі візуальні образи [7].

Елементи фірмового стилю, такі як логотипи, кольорові рішення, шрифти та графічні елементи, формують основи візуальної ідентичності бренду. А. Дегтярьов у своїй роботі акцентує увагу на тому, що правильний вибір стилю, кольору та композиції здатний викликати у цільової аудиторії емоційний зв'язок із брендом, сприяючи його впізнаваності та довірі [3].

Додатково, дослідження В. Бистрякової та А. Осадчої наголошують, що фірмовий стиль у рекламі повинен бути не лише привабливим, але й функціональним. Вони підкреслюють важливість соціального контексту, який впливає на сприйняття візуального контенту цільовою аудиторією [2]. Це

особливо важливо у цифрову епоху, коли реклама має бути ефективною на різних платформах – від традиційних друкованих матеріалів до соціальних мереж і мобільних додатків.

Інтеграція цифрових технологій є одним із ключових факторів у підготовці майбутніх дизайнерів. Як зазначає А. Мешко використання таких інструментів, як 3D-дизайн, віртуальна та доповнена реальність, дозволяє здобувачам освіти створювати адаптивні елементи фірмового стилю для різних форматів реклами [10]. Ці технології також сприяють розвитку творчих здібностей майбутніх дизайнерів та їх готовності до роботи в умовах сучасного динамічного ринку.

Водночас у роботах Затуловської Г. наголошується на важливості адаптації шрифтових рішень до цифрового середовища, зокрема створення динамічних шрифтів, які зберігають свою функціональність у веб-дизайні та мобільних додатках [5].

Практикоорієнтоване навчання є основою для підготовки майбутніх фахівців із дизайну. М. Кравченко зазначає, що залучення здобувачів освіти до реальних проєктів дозволяє їм здобути не лише технічні, але й організаційні навички, які є ключовими для їх професійного становлення [9]. Залучення майбутніх дизайнерів до реальних кейсів, наприклад, розробки фірмових стилів для малих підприємств чи стартапів, дозволяє їм краще розуміти потреби замовників і адаптувати свої рішення до конкретних бізнес-цілей.

На нашу думку, підготовка майбутніх дизайнерів до створення елементів фірмового стилю для реклами повинна базуватися на сучасних принципах міждисциплінарного підходу, інноваційних технологіях та практичній орієнтації навчання. Це передбачає модернізацію освітньо-професійних програм у закладах вищої освіти, спрямовану на забезпечення здобувачів освіти не тільки базовими знаннями з дизайну, а й навичками, які відповідають потребам ринку.

По-перше, ключовим аспектом є впровадження в навчальний процес практикоорієнтованих завдань. Наприклад, розробка фірмових стилів для реальних замовників, участь у конкурсах і створення рекламних матеріалів для соціальних проєктів дозволяє майбутнім дизайнерам набути практичного досвіду.

По-друге, важливим є інтеграція сучасних цифрових технологій, таких як 3D-дизайн, доповнена реальність, динамічні шрифти та адаптивні візуальні рішення. Впровадження цих інструментів у навчання дозволяє здобувачів освіти створювати конкурентоспроможні елементи фірмового стилю, що легко адаптуються до цифрового середовища. Як зазначають О. Пасько та М. Кирієнко використання мультимедійних технологій не лише спрощує процес навчання, але й розширює межі творчості майбутніх фахівців з дизайну, сприяючи їхньому креативному мисленню [8].

По-третє, особливу увагу слід приділити культурному контексту у створенні елементів фірмового стилю. Врахування етнічних мотивів і культурної специфіки дозволяє створювати унікальні дизайни, які знаходять емоційний відгук у цільової аудиторії [7]. Це є важливим аспектом не лише для локальних, але й для глобальних ринків, де культурна ідентичність стає конкурентною перевагою.

Інтеграція таких підходів сприятиме формуванню професійних компетенцій у майбутніх дизайнерів, дозволяючи їм ефективно працювати у сфері реклами. Крім того, це підвищить конкурентоспроможність випускників на ринку праці, що є ключовим критерієм ефективності освітньо-професійних програм.

Виходячи з вищезазначеного, нами запропоновано розробити та впровадити у закладах вищої освіти спеціалізовані курси, орієнтовані на практичне навчання майбутніх дизайнерів створення елементів фірмового стилю для реклами. Такі курси повинні охоплювати всі аспекти процесу розробки фірмового стилю, включаючи роботу над логотипами, шрифтами, кольоровими схемами, графічними елементами та адаптацію цих компонентів до цифрових платформ. Особливий акцент слід зробити на міждисциплінарному підході, що поєднує дизайн із маркетингом, брендингом та психологією сприйняття візуального контенту.

Для підвищення ефективності таких курсів важливо створити умови для активної взаємодії здобувачів освіти із реальними замовниками, організовуючи співпрацю з місцевими підприємствами, стартапами чи соціальними проектами. Такий досвід допоможе здобувачам освіти не лише освоїти технічні аспекти дизайну, але й зрозуміти реальні бізнес-потреби та розвинути професійні навички комунікації, проєктного менеджменту та роботи в команді.

Крім того, важливою частиною навчального процесу повинно стати впровадження сучасних цифрових інструментів, таких як 3D-графіка, доповнена реальність та адаптивний дизайн. Це дозволить майбутнім дизайнерам створювати елементи фірмового стилю, які будуть максимально ефективними в цифровому середовищі, включаючи соціальні мережі, вебплатформи та мобільні додатки.

Також пропонуємо розробити окремий модуль, присвячений культурним і етнічним аспектам у дизайні. Це сприятиме формуванню у здобувачів освіти розуміння важливості врахування культурної специфіки в розробці рекламних матеріалів, що є важливим не лише для локальних, але й міжнародних брендів.

У межах освітньо-професійних програм варто передбачити систему регулярного оновлення навчального контенту, щоб відповідати сучасним трендам і технологіям у сфері дизайну та реклами. Це забезпечить актуаль-

ність знань, які отримують здобувачі освіти, і їхню готовність до викликів динамічного ринку праці.

Реалізація таких пропозицій сприятиме створенню якісно нового рівня підготовки майбутніх дизайнерів, забезпечуючи їх практичними знаннями та навичками, які відповідають вимогам сучасного ринку реклами та брендингу.

Висновки. Підготовка майбутніх дизайнерів до створення елементів фірмового стилю для реклами є важливим і багатограним завданням, яке вимагає інтеграції сучасних підходів, інноваційних технологій та практичного досвіду. Аналіз сучасних досліджень свідчить, що ефективність навчання залежить від адаптації освітньо-професійних програм до реальних потреб рекламної індустрії. Особливу увагу слід приділити інтеграції цифрових інструментів, таких як 3D-дизайн, доповнена реальність та динамічні шрифти, які дозволяють створювати унікальні, адаптивні елементи фірмового стилю, що відповідають вимогам цифрового середовища.

Крім технічної складової, значущим аспектом підготовки є розвиток творчого мислення, міждисциплінарних навичок та розуміння культурної специфіки у дизайні. Використання етнічних і культурних мотивів дозволяє створювати елементи фірмового стилю, які не тільки вирізняються естетично, але й встановлюють емоційний зв'язок із цільовою аудиторією. Практико-орієнтоване навчання через участь у реальних проектах та співпрацю з підприємствами дає студентам можливість розвинути як дизайнерські, так і організаційні компетентності.

Отже, для підвищення якості підготовки майбутніх дизайнерів необхідно забезпечити системну модернізацію навчальних програм, інтегрувати інноваційні технології, розвивати практичні навички та враховувати сучасні вимоги ринку. Такий підхід сприятиме формуванню конкурентоспроможних фахівців, здатних ефективно працювати у сфері реклами, створювати якісні елементи фірмового стилю та робити значний внесок у розвиток візуальної комунікації.

Література:

1. Андрейканіч А. І. Плакат: його види та жанри. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. № 19(1). Рівне, 2013. С. 121-126.
2. Бистрякова В., Осадча А., Гула Є. Плакат як засіб соціальної реклами. Вісник Львівського університету. Серія: Мистецтвознавство. 2016. Вип. 17. С. 69-77.
3. Дегтярьов А. Зображувальні засоби реклами: текст, композиція, стиль, колір. Київ: Просвіта, 2006. 256 с.
4. Залевська О. Ю. Проектно-художні засоби українського плаката доби постмодернізму: автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07. Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2019. 23 с.
5. Затуловська Г. А. Актуальні особливості розвитку сучасного шрифтового художнього плакату. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Сер. : Технічні науки. 2015. № 1(82). С. 66-72.

6. Калашнікова О. А. Зображальний аспект візуальної мови графічного дизайну (на матеріалі плакату): автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07. Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2011. 23 с.

7. Кардашов В. М., Чемерис Г. Ю., Скребнев В. К. Етнічні особливості дизайн-проектування соціального плакату і рекламної афіші півдня України. *Innovative Development Of Science And Education: Abstracts of IV International Scientific and Practical Conference*. Athens, Greece 21-23 June 2020. P. 188-194.

8. Пасько О., Кириєнко М. Використання сучасних мультимедійних технологій у підготовці майбутніх фахівців з дизайну. *Збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету ім. Франка. Актуальні питання гуманітарних наук*. 2024. № 74, том 2. С. 352-356.

9. Кравченко М. Підготовка майбутніх фахівців з дизайну до управління проектами у професійній діяльності: дис. д-ра філософії: 01 Освіта / Педагогіка, спеціальність 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями). КДАДПМД ім. Михайла Бойчука. Київ, 2024. 272 с.

10. Мешко А. Формування готовності майбутніх дизайнерів до застосування проектних технологій у професійній діяльності: дис. д-ра філософії: 01 Освіта / Педагогіка, спеціальність 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями). КДАДПМД ім. Михайла Бойчука. Київ, 2024. 225 с.

References:

1. Andreikanich, A. I. (2013). Plakat: yoho vydy ta zhanry [Poster: its types and genres]. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*, No. 19(1), pp. 121-126. [In Ukrainian].

2. Bystriakova, V., Osadcha, A., & Hula, Ye. (2016). Plakat yak zasib sotsialnoi reklamy [Poster as a means of social advertising]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii: Mystetstvoznavstvo*, Issue 17, pp. 69-77. [In Ukrainian].

3. Dehtiariv, A. (2006). Zobrazhuvalni zasoby reklamy: tekst, kompozytsiia, styl, kolor [Visual means of advertising: text, composition, style, color]. Kyiv: Prosvita. 256 p. [In Ukrainian].

4. Zalevska, O. Yu. (2019). Proektno-khudozhni zasoby ukrainskoho plakata doby postmodernizmu: avtoref. dys. kand. mystetstvoznavstva: 17.00.07 [Project and artistic means of Ukrainian poster of the postmodern era: Abstract of PhD thesis in Art Studies: 17.00.07]. *Kharkivska derzhavna akademiia dyzainu i mystetstv*, Kharkiv. 23 p. [In Ukrainian].

5. Zatulovska, H. A. (2015). Aktualni osoblyvosti rozvytku suchasnoho shryftovoho khudozhnoho plakatu [Current features of the development of modern typographic art poster]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu. Serii: Tekhnichni nauky*, No. 1(82), pp. 66-72. [In Ukrainian].

6. Kalashnikova, O. A. (2011). Zobrazhalnyi aspekt vizualnoi movy hrafichnoho dyzainu (na materialy plakatu): avtoref. dys. kand. mystetstvoznavstva: 17.00.07 [Visual aspect of the visual language of graphic design (based on the poster): Abstract of PhD thesis in Art Studies: 17.00.07]. *Kharkivska derzhavna akademiia dyzainu i mystetstv*, Kharkiv. 23 p. [In Ukrainian].

7. Kardashov, V. M., Chemeris, H. Yu., & Skrebniev, V. K. (2020). Etnichni osoblyvosti dyzain-proiektuvannia sotsialnoho plakatu i reklamnoi afishi pivdnia Ukrainy [Ethnic features of design projecting of social poster and advertising poster of the South of Ukraine]. In *Innovative Development of Science and Education: Abstracts of IV International Scientific and Practical Conference* (Athens, Greece, 21-23 June 2020), pp. 188-194. [In Ukrainian].

8. Pasko O., Kyriienko M. (2024). Vykorystannia suchasnykh multymediinykh tekhnolohii u pidhotovtsi maibutnikh fakhivtsiv z dyzainu [The use of modern multimedia technologies in the training of future design professionals]. In *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk – Actual Issues of Humanities*, 74(2), 352–356 [in Ukrainian].

9. Kravchenko M. (2024) Pidhotovka maibutnikh fakhivtsiv z dyzainu do upravlinnia proiektamy u profesiinii diialnosti [Training future design professionals for project management in professional activities]. (Doctoral dissertation). Kyiv: KDDADM im. Mykhaila Boichuka [in Ukrainian].

10. Meshko A. (2024) Formuvannia hotovnosti maibutnikh dyzaineriv do zastosuvannia proiektnykh tekhnolohii u profesiinii diialnosti [Formation of readiness of future designers to apply project technologies in professional activities]. (Doctoral dissertation). Kyiv: KDDADM im. Mykhaila Boichuka [in Ukrainian].