

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА УКРАЇНОЗНАВСТВА

**БРЕНДБУК КАФЕДРИ ЖУРНАЛІСТИКИ ТА
УКРАЇНОЗНАВСТВА НУВГП
у парадигмі комунікативного маркетингу**

**Бакалаврська кваліфікаційна
робота (проект)**
студентки групи ЖУР-41
освітньої програми «Журналістика»
спеціальності 061 «Журналістика»
Анна Мурачова

Керівник – Малевич Л.Д.,
Кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри журналістики та
українознавства

Рецензент – Супрун В.М.,
доктор філологічних наук,
доцент, професор кафедри
журналістики та українознавства

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
_____ Л.Д. Малевич
Протокол засідання кафедри №10
від 23.05.2022

Рівне 2023

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1 Теоретична база.....	3
1.2 Обґрунтування проєкту.....	4
1.3 Мета і завдання роботи	8
1.4 Специфіка аудиторії.....	9
1.5 Технічні і програмні засоби	10
1.6 Сфера застосування.....	12
1.7 Висновки.....	13

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	15
--	-----------

III. ДОКУМЕНТАЦІЯ

IV. ПРОЄКТ

1.1 Теоретична база

Брендбук — це набір рекомендацій щодо візуального стилю компанії з прикладами та ілюстраціями. Він містить вдалі та невдалі варіанти дизайну та розміщення логотипу; шрифти, кольори та візерунки для оформлення; приклади графіків для різних цілей, наприклад створення сайтів, візиток і сувенірів.

Брендбук є набором визначень, правил та стандартів, які визначають візуальний стиль, графічні елементи, типографіку та інші аспекти бренду.

Однією з головних переваг брендбуку є забезпечення консистентності і єдності в усіх комунікаційних матеріалах та взаєминах бренду з аудиторією. Він допомагає підтримувати стабільний образ бренду, що є особливо важливим у сучасному швидкозмінному середовищі, де конкуренція велика.

Брендбук також сприяє впізнаваності бренду серед конкурентів та споживачів. Він дозволяє визначити унікальні риси, символіку та естетику бренду, що допомагає виділитись на ринку та запам'ятовуватись цільовій аудиторії.

Крім того, брендбук є важливим інструментом для забезпечення співпраці з партнерами та сторонніми постачальниками, оскільки він надає чіткі вказівки щодо використання бренду та збереження його цілісності.

Фірмовий стиль кафедри – важливий аспект успішної її процвітання; це унікальний набір ознак, за якими вона однозначно і точно впізнається реципієнтами як всередині країни, так і за її межами. Фірмовий знак, фірмове найменування та їх кольорове рішення – основа ідентифікаційної системи Кафедри журналістики та українознавства НУВГП. У цьому документі представлені приклади та правила використання фірмового знаку, фірмової кольорової гами та фірмових шрифтів. Кожний приклад супроводжується коротким описом та детальною схемою побудови. Логотип використовується в атрибутиці кафедри, супровідній документації, бланках документації, зовнішній рекламі, сувенірній, рекламній продукції та на WEB - носіях.

Використання логотипу виключає використання інших знаків, емблем, марок та зображень кафедри. Використання загального логотипу візуально відображає цілісність установи, швидкої та однозначної її ідентифікації.

На сторінках документу наводяться рекомендації з використання логотипу та фірмового стилю кафедри. Кожний, хто створює друковані чи електронні матеріали, що вказують на приналежність до Кафедри журналістики та українознавства, має слідувати рекомендаціям.

1.2 Обґрунтування проєкту

Кафедра журналістики та українознавства є структурним підрозділом навчально-наукового інституту економіки та менеджменту Національного університету водного господарства та природокористування

Пріоритети роботи кафедри:

- підготовка фахівців першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 061 Журналістика;
- викладання курсів «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Українська державність і культура» та вибірових дисциплін для здобувачів усіх освітніх програм ЗВО;
- підготовка іноземних здобувачів вищої освіти з української мови як іноземної.

Завідувач кафедри – кандидат філологічних наук, доцент Малевич Л.Д., відмінник освіти України, автор більше 100 наукових і навчально-методичних праць, керівник науково-дослідних тем і проєктів.

Спеціальність 061 Журналістика в Національному університеті водного господарства та природокористування ліцензовано у 2017 році, що зумовлено потребами регіонального ринку праці, а також можливостями підготовки фахівців у ЗВО з огляду на його матеріально-технічний, кадровий та інформаційний потенціал.

Актуальність проєкту, пов'язаного з розробкою брендбуку кафедри журналістики та українознавства НУВГП, полягає у потребі впровадження

стратегічного комунікативного маркетингу у діяльність кафедри. В сучасному світі конкуренція серед навчальних закладів та медіаорганізацій надзвичайно висока, тому важливо мати чітко визначений бренд та комунікативну стратегію, які підкреслюють особливості та переваги кафедри.

Розробка брендбуку є актуальною, оскільки вона надасть можливість створити єдиний стиль та спільну ідентичність для кафедри журналістики та українознавства. Брендбук визначатиме основні кольори, типографіку, графічні елементи та інші естетичні характеристики, що будуть використовуватись в усіх матеріалах, пов'язаних з кафедрою.

Це дозволить підвищити впізнаваність та диференціацію кафедри на ринку освітніх послуг та журналістському середовищі. Крім того, брендбук допоможе підтримувати консистентність у комунікації зі студентами, викладачами, партнерами та громадськістю, сприяючи побудові сильної та поважної іміджевої позиції.

Отже, актуальність розробки брендбуку кафедри журналістики та українознавства НУВГП полягає у необхідності створення єдиної ідентичності, підвищенні впізнаваності та підтримці консистентної комунікації, що сприятиме успішній конкурентоспроможності кафедри.



Рис.1.1 Пропонований логотип для кафедри

Згідно завдання, Кафедра журналістики та українознавства Національного університету відповідно до парадигми комунікативного маркетингу має розробити свій Брендбук, який відображатиме її бачення, місію, цінності та філософію. Ось їх формулювання:

Бачення: Ми прагнемо стати найпрестижнішою та передовою кафедрою журналістики та українознавства, яка формує професіоналів з глибокими знаннями, творчим мисленням та відповідальним підходом до розвитку українського журналістського простору та української культури взагалі.

Місія: Нашою місією є підготовка висококваліфікованих професіоналів у галузі журналістики та українознавства, які здатні ефективно комунікувати, впливати на громадську думку та сприяти розвитку національної культури. Ми стимулюємо студентів до критичного мислення, творчості та етичної поведінки в журналістській діяльності, щоб вони могли впливати на суспільство та вносити позитивні зміни.

Цінності:

1. Професіоналізм: Ми надаємо високоякісну освіту, спираючись на актуальні знання та передові методи журналістики і українознавства.
2. Творчість: Ми підтримуємо розвиток творчих здібностей студентів, надаючи їм можливість виявити і реалізувати свій потенціал у журналістській творчості та дослідженнях.
3. Етичність: Ми підтримуємо високі стандарти етичної поведінки в журналістській професії, надаючи студентам знання про журналістську етику, відповідальність та обов'язковість дотримання принципів справедливості, точності і прозорості у своїй роботі.
4. Інновації: Ми прагнемо до постійного пошуку нових підходів, технологій та методик у журналістиці та українознавстві, сприяючи розвитку творчих та інноваційних здібностей студентів.
5. Громадська відповідальність: Ми розуміємо важливість впливу журналістики на суспільство та віддаємо перевагу дослідженням і роботам, спрямованим на підтримку справедливості, рівноправ'я та розвиток українського суспільства.

Філософія: Наша філософія базується на поєднанні академічної структури, професійного розвитку та креативного підходу до навчання. Ми віримо в силу взаємодії між студентами, викладачами та практиками,

створюючи навчальне середовище, де ідеї, досвід та знання обмінюються та збагачують один одного. Ми прагнемо до активного залучення студентів до практичної роботи, дослідницької діяльності та професійних проектів, що допомагає їм отримати реальний досвід та підготуватися до викликів сучасного журналістського світу.

Ідеологія фірмового знаку

Змістове навантаження кольорів логотипу

Колір логотипу обраний синій, оскільки саме цей колір є головним кольором НУВГП – синій Pantone 302.

Синій колір, основний колір НУВГП, відображає професіоналізм, надійність та довіру. Він також символізує мудрість, стабільність та знання, що є важливими якостями для кафедри журналістики та українознавства.

Змістове навантаження форми логотипу

На передньому плані логотипу три студенти. На задньому - зображення землі та вежа зв'язку.

Обраний логотип для кафедри журналістики та українознавства, який містить зображення трьох студентів, землі та вежі зв'язку, має глибоке символічне значення, що відображає суть та цінності кафедри. Ось його асоціації та значення:

1. Три студенти: Зображення трьох студентів на передньому плані символізує спільну працездатність, творчість та колективну діяльність студентів кафедри. Вони представляють молоде покоління, яке прагне досягти успіху у журналістичній сфері та розвивати українську культуру через свою професійну діяльність.
2. Зображення землі та вежі зв'язку: Зображення землі вказує на глобальний контекст та актуальність українознавства, яке вивчає культуру та історію України. Вежа зв'язку символізує вплив журналістики на суспільство та передачу інформації. Разом вони підкреслюють місію кафедри з формування професіоналів, які

впливають на розвиток українського журналістського простору та українознавства.

1.3 Мета і завдання роботи

Мета роботи: Розробка брендбуку для кафедри журналістики та українознавства НУВГП з метою створення єдиної ідентичності, підвищення впізнаваності та зміцнення комунікації зі студентами, викладачами, партнерами та громадськістю.

Завдання:

1. Визначення основних елементів бренду кафедри журналістики та українознавства НУВГП, включаючи кольори, типографіку, логотип та графічні елементи.
2. Розробка стандартів використання бренду в різних комунікаційних матеріалах, включаючи друковані, цифрові та зовнішні засоби комунікації.
3. Створення вказівок щодо використання бренду в різних контекстах, включаючи промоційні заходи, веб-сайт, соціальні медіа та інші канали зв'язку.
4. Впровадження брендбуку та забезпечення його використання у всіх комунікаційних матеріалах кафедри.
5. Оцінка ефективності та апробація брендбуку шляхом залучення цільової аудиторії та отримання зворотного зв'язку.

Об'єкт роботи: Кафедра журналістики та українознавства НУВГП.

Предмет роботи: Розробка брендбуку, який включає в себе визначення візуального стилю, графічних елементів та стандартів використання бренду для кафедри журналістики та українознавства НУВГП.

Апробація: Апробація брендбуку передбачає його тестування та залучення цільової аудиторії, включаючи студентів, викладачів, представників партнерів та громадськості. Апробація може включати такі кроки:

1. Проведення фокус-груп або інтерв'ю зі студентами, викладачами та іншими зацікавленими сторонами для збору їхнього враження щодо нового брендбуку. Це дозволить оцінити реакцію та сприйняття цільової аудиторії щодо впровадження нового візуального стилю.
2. Проведення тестування брендбуку на різних комунікаційних матеріалах, таких як листівки, банери, веб-сайт тощо. Це допоможе переконатись, що брендбук правильно застосовується та зберігає свою цілісність на різних носіях.
3. Отримання зворотного зв'язку від аудиторії через анкетування або оцінку задоволеності новим брендбуком. Це дозволить оцінити ефективність та задоволення користувачів від нового візуального стилю.
4. Внесення коректив та вдосконалень на основі зібраного зворотного зв'язку. Результати апробації можуть допомогти виявити слабкі місця або можливості для поліпшення брендбуку.

Після успішної апробації брендбуку, його можна впроваджувати повністю в діяльність кафедри, забезпечуючи консистентність та силу брендового образу.

1.4 Специфіка аудиторії

Специфіка аудиторії даного брендбуку включає такі групи осіб:

Студенти: Головна аудиторія брендбуку - студенти кафедри журналістики та українознавства НУВГП. Вони є основними користувачами комунікаційних матеріалів кафедри та сприймають брендбук в якості важливого елемента їхнього оточення. Вони повинні легко розпізнавати бренд кафедри та відчувати його цінність і привабливість.

Викладачі: Викладачі кафедри журналістики та українознавства НУВГП також є активними користувачами брендбуку. Вони використовуватимуть його на практиці для створення навчальних матеріалів, презентацій, друкованих матеріалів тощо. Для них важливо, щоб брендбук надавав чіткі

вказівки щодо використання елементів бренду та забезпечував єдність і стильність їхньої комунікації.

Партнери та громадськість: Брендбук також адресований партнерам та громадськості, які взаємодіють з кафедрою журналістики та українознавства НУВГП. Це можуть бути потенційні роботодавці, журналісти, випускники кафедри, громадські організації та інші зацікавлені сторони. Брендбук повинен викликати професійний та сучасний враження, сприяти впізнаваності та підтримувати позитивне сприйняття кафедри в цих групах.

Загалом, специфіка аудиторії даного брендбуку полягає в тому, щоб забезпечити єдність, цілісність, а також зрозумілість та привабливість використання бренду кафедри для різних груп користувачів. Для студентів, брендбук повинен створювати почуття гордості та ідентифікації зі своєю кафедрою, підкреслювати їхню прив'язаність до цінностей та місії кафедри. Для викладачів, брендбук має надавати чіткі вказівки та рекомендації щодо використання елементів бренду у їхній роботі та сприяти створенню професійного та сучасного образу. Для партнерів та громадськості, брендбук повинен вражати своєю якістю, стильністю та сприяти впізнаваності кафедри як сильного бренду у галузі журналістики та українознавства.

Таким чином, специфіка аудиторії даного брендбуку полягає в урахуванні потреб та очікувань студентів, викладачів, партнерів та громадськості, забезпеченні єдності, чіткості та привабливості бренду кафедри для цих груп користувачів..

1.5 Технічні і програмні засоби

Для створення брендбуку кафедри журналістики та українознавства НУВГП, були використані різні технічні і програмні засоби. Основні з них включають:

1. Adobe Photoshop: Adobe Photoshop був використаний для обробки та редагування фотографій, створення графічних елементів, логотипу та інших важливих графічних компонентів брендбуку.

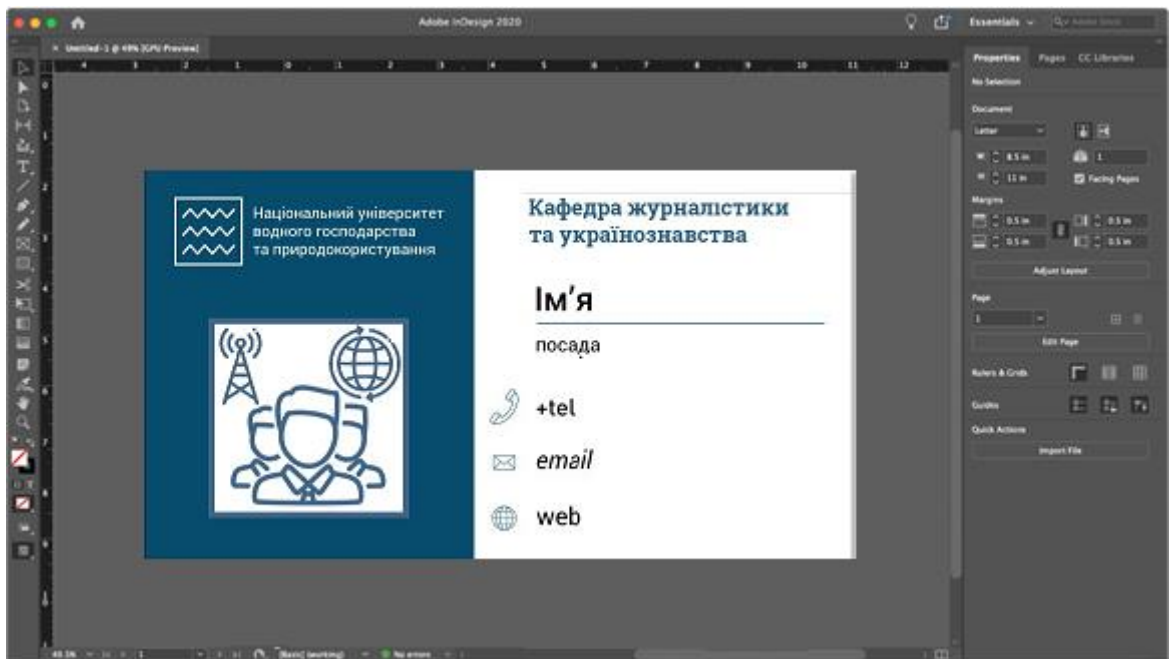


Рис.1.2 Робоче вікно Adobe Photoshop

2. Canva: Canva є онлайн-інструментом для дизайну та верстки, який надає широкий вибір готових шаблонів, елементів та типографіки. Він був використаний для створення дизайну друкованих матеріалів, таких як брошури, листівки та інші документи.

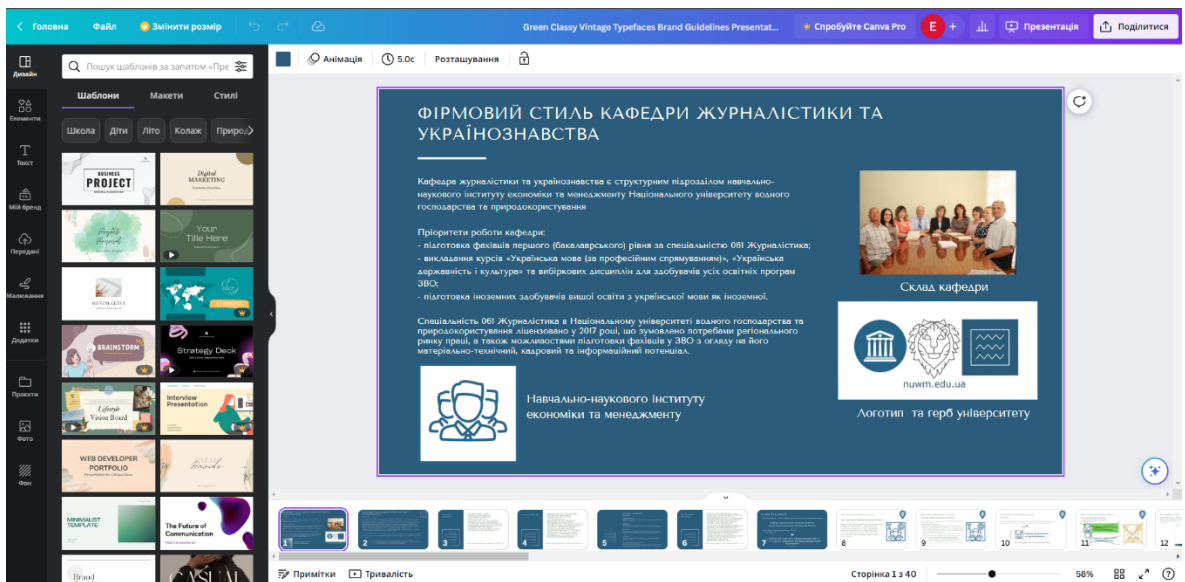


Рис.1.2 Робоче вікно Canva

3. CorelDRAW і Adobe Illustrator: CorelDRAW та Adobe Illustrator є професійними векторними графічними редакторами, які були використані для створення складних векторних зображень, логотипу та інших графічних елементів брендбуку.

4. Графічний редактор Paint: Графічний редактор Paint, включений у стандартний пакет програм Windows, був використаний для простих графічних завдань, вирізання та редагування зображень.
5. Текстовий редактор Microsoft Office Word: Для написання текстових частин брендбуку, таких як опис місії, цінностей та інших важливих елементів, був використаний текстовий редактор Microsoft Office Word.

Крім цих програмних засобів, також використовувались інші інструменти та ресурси в залежності від потреб, які включені в пакет Microsoft Office та стандартні засоби Windows.

1.6 Сфера застосування

Брендбук кафедри журналістики та українознавства НУВГП знаходить широку сферу застосування у внутрішній та зовнішній комунікації кафедри. Внутрішнє застосування передбачає використання брендбуку як основного керівного документа для всіх співробітників та студентів кафедри. Він визначає правила використання бренду, графічних елементів та символіки, що дозволяє забезпечити єдність та консистентність у всіх комунікаційних матеріалах.

Зовнішнє застосування брендбуку передбачає його використання для спілкування з партнерами, громадськістю та загальною аудиторією. Брендбук допомагає створити сильний та впізнаваний бренд кафедри, підкреслюючи її цінності, місію та особливості. Він визначає правила використання логотипу, кольорів, шрифтів та інших графічних елементів, що сприяє створенню консистентного та професійного образу кафедри в усіх комунікаційних матеріалах, включаючи веб-сайт, соціальні медіа, друковані матеріали та інші рекламні засоби.

Таким чином, брендбук кафедри журналістики та українознавства НУВГП є незамінним інструментом для забезпечення єдності, чіткості та впізнаваності кафедри в усіх сферах комунікації, що дозволяє залучати нових

студентів, залучати партнерів та підвищувати репутацію кафедри в галузі журналістики та українознавства.

1.7 Висновки

У результаті роботи над брендбуком кафедри журналістики та українознавства НУВГП було досягнуто важливих цілей. Брендбук створений з метою стандартизації та уніфікації комунікаційних матеріалів кафедри, що дозволяє використовувати єдині графічні елементи, логотип та стиль в усіх комунікаційних зусиллях.

Цілеспрямована робота над метою, завданнями та цільовою аудиторією брендбуку дозволила створити концептуально згуртований документ, який передає унікальність та цінності кафедри. Важливою частиною роботи було розроблення логотипу, кольорової палітри та типографіки, що відображають ідентичність та професіоналізм кафедри.

Застосування технічних і програмних засобів, таких як Adobe Photoshop, Canva, CorelDRAW, Adobe Illustrator, графічний редактор Paint та текстовий редактор Microsoft Office Word, дозволило зручно та ефективно створювати та редагувати графічні та текстові елементи брендбуку.

Отриманий брендбук забезпечує єдність та консистентність у всіх комунікаційних матеріалах кафедри журналістики та українознавства НУВГП, підвищує рівень професіоналізму та сприяє підвищенню репутації кафедри. Цей документ стане основою для розробки якісних та привабливих матеріалів, сприятиме залученню студентів, співробітників та партнерів, а також підкреслить унікальність та особливість кафедри серед інших освітніх закладів.

У підсумку, брендбук кафедри журналістики та українознавства НУВГП є важливим кроком у розвитку кафедри та впровадженні сучасних комунікаційних стратегій. Він створює основу для створення консистентного та професійного образу кафедри, що допоможе привернути увагу інших студентів, викладачів, партнерів та громадськості.

Брендбук надає чіткі правила та рекомендації щодо використання символіки, кольорів, шрифтів та інших графічних елементів. Це сприятиме збереженню ідентичності та розпізнаваності кафедри у всіх комунікаційних матеріалах, будь то веб-сайт, соціальні медіа, друковані матеріали або інші рекламні засоби.

Апробація брендбуку серед співробітників та студентів кафедри дозволить залучити різноманітні погляди та зворотний зв'язок для його подальшого вдосконалення та адаптації до потреб кафедри.

Загалом, брендбук кафедри журналістики та українознавства НУВГП є необхідним інструментом для підвищення впізнаваності, репутації та привабливості кафедри у сучасному освітньому середовищі. Його використання сприятиме позитивному сприйняттю кафедри студентами, викладачами та партнерами, що відкриє нові можливості для розвитку та співпраці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Фірмовий стиль, айдентика, бренд. URL: <https://vc.ru/marketing/204053-firmennyu-stil-aydentika-brend-что-zhezakazyvat-v-breedingovom-agentstve> (дата звернення 16.05.2023 р.)..
2. Ейр Девід. Логотип та фірмовий стиль. Керівництво дизайнера. Посібник / Ейр Девід ; ТОВ Вид-во «Пітер», Санкт-Петербург : ТОВ Вид-во «Пітер», 2011. 208 с. : іл. Бібліогр.: с. 23-38
3. Яцюк О. Г. Основи графічного дизайну на базі комп'ютерних технологій / Яцюк О. Г. ; БХВ-Петербург. СПб.: БХВ-Петербург, 2004. 350 с. . : іл. Бібліогр.: с. 41-134.
4. Adobe InDesign. Справка и учебные пособия. Adobe Pres, 2013 г. 709 с.
5. Ботелло К., Рединг Э. А. Adobe InDesign, Photoshop и Illustrator. Руководство дизайнера. Москва: ЕКСМО, 2008. 598
6. Ярема С. М. Технічне редагування. Навчальна програма та методичні вказівки. Київ : Ун-т «Україна», 2003. 284 с.
7. Денисенко С. М. Теорія кольору. Навчальний посібник. / Денисенко С. М.; К.: Вид-во Нац. Авіац.ун-ту «НАУ-друк». Київ : НАУ, 2021. 154 с. URL: https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/53249/1/Теорія%20кольору_Денисенко.pdf (дата звернення 19.05.2023 р.)
8. 2022 Animation & Motion Graphics Trends. URL: <https://fireart.studio/blog/website-animation-types-trends-that-will-dominateyour-screen-in-2020-2021/> (дата звернення 20.05.2023 р.)
9. The Uses & Benefits Of Photoshop/ URL: <https://www.itpie.co.uk/blog/the-uses-benefits-of-photoshop> (дата звернення 20.05.2023 р.)
10. Корпоративный брендбук и что он должен содержать? URL: <https://deltadesign.com.ua/ru/korporativnyj-brendbuk/> (дата звернення 20.05.2023 р.)

IV. ПРОЄКТ

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ КАФЕДРИ ЖУРНАЛІСТИКИ ТА УКРАЇНОЗНАВСТВА

Кафедра журналістики та українознавства є структурним підрозділом навчально-наукового інституту економіки та менеджменту Національного університету водного господарства та природокористування

Пріоритети роботи кафедри:

- підготовка фахівців першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 061 Журналістика;
- викладання курсів «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Українська державність і культура» та вибіркових дисциплін для здобувачів усіх освітніх програм ЗВО;
- підготовка іноземних здобувачів вищої освіти з української мови як іноземної.

Спеціальність 061 Журналістика в Національному університеті водного господарства та природокористування ліцензовано у 2017 році, що зумовлено потребами регіонального ринку праці, а також можливостями підготовки фахівців у ЗВО з огляду на його матеріально-технічний, кадровий та інформаційний потенціал.



Навчально-наукового інституту
економіки та менеджменту



Склад кафедри



nuwm.edu.ua

Логотип та герб університету

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ КАФЕДРИ ЖУРНАЛІСТИКИ ТА УКРАЇНОЗНАВСТВА

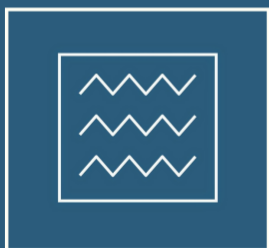


Фірмовий стиль кафедри - важливий аспект успішної її процвітання; це унікальний набір ознак, за якими вона однозначно і точно впізнається реципієнтами як всередині країни, так і за її межами. Фірмовий знак, фірмове найменування та їх кольорове рішення — основа ідентифікаційної системи Кафедри журналістики та українознавства НУВГП. У цьому документі представлені приклади та правила використання фірмового знаку, фірмової кольорової гами та фірмових шрифтів. Кожний приклад супроводжується коротким описом та детальною схемою побудови. Логотип використовується в атрибутиці кафедри, супровідній документації, бланках документації, зовнішній рекламі, сувенірній, рекламній продукції та на WEB - носіях.

Використання логотипу виключає використання інших знаків, емблем, марок та зображень кафедри. Використання загального логотипу візуально відображає цілісність установи, швидкої та однозначної її ідентифікації.

На сторінках документу наводяться рекомендації з використання логотипу та фірмового стилю кафедри. Кожний, хто створює друковані чи електронні матеріали, що вказують на приналежність до Кафедри журналістики та українознавства, має слідувати рекомендаціям.

БАЧЕННЯ КАФЕДРИ



МИ ПРАГНЕМО СТАТИ
НАЙПРЕСТИЖНІШОЮ ТА
ПЕРЕДОВОЮ КАФЕДРОЮ
ЖУРНАЛІСТИКИ ТА
УКРАЇНОЗНАВСТВА, ЯКА ФОРМУЄ
ПРОФЕСІОНАЛІВ З ГЛИБОКИМИ
ЗНАННЯМИ, ТВОРЧИМ МИСЛЕННЯМ
ТА ВІДПОВІДАЛЬНИМ ПІДХОДОМ ДО
РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО
ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ПРОСТОРУ ТА
УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ ВЗАГАЛІ.

Брендбук кафедри журналістики та українознавства НУВГП

МІСІЯ КАФЕДРИ



НАШОЮ МІСІСІЮ Є ПІДГОТОВКА ВИСОКОКВАЛІФІКОВАНИХ ПРОФЕСІОНАЛІВ У ГАЛУЗІ ЖУРНАЛІСТИКИ ТА УКРАЇНОЗНАВСТВА, ЯКІ ЗДАТНІ ЕФЕКТИВНО КОМУНІКУВАТИ, ВПЛИВАТИ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ ТА СПРИЯТИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ. МИ СТИМУЛЮЄМО СТУДЕНТІВ ДО КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ, ТВОРЧОСТІ ТА ЕТИЧНОЇ ПОВЕДІНКИ В ЖУРНАЛІСТСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ, ЩОБ ВОНИ МОГЛИ ВПЛИВАТИ НА СУСПІЛЬСТВО ТА ВНОСИТИ ПОЗИТИВНІ ЗМІНИ.

Брендбук кафедри журналістики та українознавства НУВГП

ЦІННОСТІ КАФЕДРИ

Професіоналізм:

Ми надаємо високоякісну освіту, спираючись на актуальні знання та передові методи журналістики і українознавства.

Творчість:

Ми підтримуємо розвиток творчих здібностей студентів, надаючи їм можливість виявити і реалізувати свій потенціал у журналістській творчості та дослідженнях.

Етичність:

Ми підтримуємо високі стандарти етичної поведінки в журналістській професії, надаючи студентам знання про журналістську етику, відповідальність та обов'язковість дотримання принципів справедливості, точності і прозорості у своїй роботі.

Інновації:

Ми прагнемо до постійного пошуку нових підходів, технологій та методик у журналістиці та українознавстві, сприяючи розвитку творчих та інноваційних здібностей студентів.

Громадська відповідальність:

Ми розуміємо важливість впливу журналістики на суспільство та віддаємо перевагу дослідженням і роботам, спрямованим на підтримку справедливості, рівноправ'я та розвиток українського суспільства.



ФІЛОСОФІЯ КАФЕДРИ



НАША ФІЛОСОФІЯ БАЗУЄТЬСЯ НА ПОЄДНАННІ АКАДЕМІЧНОЇ СТРУКТУРИ, ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ТА КРЕАТИВНОГО ПІДХОДУ ДО НАВЧАННЯ. МИ ВІРИМО В СИЛУ ВЗАЄМОДІЇ МІЖ СТУДЕНТАМИ, ВИКЛАДАЧАМИ ТА ПРАКТИКАМИ, СТВОРЮЮЧИ НАВЧАЛЬНЕ СЕРЕДОВИЩЕ, ДЕ ІДЕЇ, ДОСВІД ТА ЗНАННЯ ОБМІНЮЮТЬСЯ ТА ЗБАГАЧУЮТЬ ОДИН ОДНОГО. МИ ПРАГНЕМО ДО АКТИВНОГО ЗАЛУЧЕННЯ СТУДЕНТІВ ДО ПРАКТИЧНОЇ РОБОТИ, ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ПРОФЕСІЙНИХ ПРОЕКТІВ, ЩО ДОПОМАГАЄ ІМ ОТРИМАТИ РЕАЛЬНИЙ ДОСВІД ТА ПІДГОТУВАТИСЯ ДО ВИКЛИКІВ СУЧАСНОГО ЖУРНАЛІСТСЬКОГО СВІТУ.

Брендбук кафедри журналістики та українознавства НУВГП

НАЗВА ТА СЛОГАН

Згадуючи університет у тексті, використовуємо наступні назви (zareestrovaniy znak):

Кафедра журналістики та українознавства Department of Journalism and Ukrainian Studies

У назві кафедри використаний шрифт Roboto.

Слоганом кафедри є:

“

Впливай на світ через перо: кафедра журналістики та
українознавства - майданчик для вашої журналістської
майстерності

ІДЕОЛОГІЯ ФІРМОВОГО ЗНАКУ



ЗМІСТОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ КОЛЬОРІВ ЛОГОТИПУ

Колір логотипу обраний синій, оскільки саме цей колір є головним кольором НУВГП — синій Pantone 302.

Синій колір, основний колір НУВГП, відображає професіоналізм, надійність та довіру. Він також символізує мудрість, стабільність та знання, що є важливими якостями для кафедри журналістики та українознавства.



ІДЕОЛОГІЯ ФІРМОВОГО ЗНАКУ



ЗМІСТОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ ФОРМИ ЛОГОТИПУ

На передньому плані логотипу три студенти. На задньому - зображення землі та вежі зв'язку.

Ось його асоціації та значення:

1. Три студенти: Зображення трьох студентів на передньому плані символізує спільну працездатність, творчість та колективну діяльність студентів кафедри. Вони представляють молоде покоління, яке прагне досягти успіху у журналістичній сфері та розвивати українську культуру через свою професійну діяльність.
2. Зображення землі та вежі зв'язку: Зображення землі вказує на глобальний контекст та актуальність українознавства, яке вивчає культуру та історію України. Вежа зв'язку символізує вплив журналістики на суспільство та передачу інформації. Разом вони підкреслюють місію кафедри з формування професіоналів, які впливають на розвиток українського журналістського простору та українознавства.





ІДЕОЛОГІЯ ФІРМОВОГО ЗНАКУ

ПРОПОРЦІЇ

Для пояснення пропорцій та розмірів усіх частин логотипу використана модульна сітка, де подано усі співвідношення. Головне — це дотримуватись правил композиції.



ІДЕОЛОГІЯ ФІРМОВОГО ЗНАКУ

НЕПРИПУСТИМЕ ВИКОРИСТАННЯ

- Використання логотипу на різних фонах
- Модифікації логотипу



ФІРМОВИЙ БЛАНК

Для ВНУТРІШНЬОГО ВИКОРИСТАННЯ КАФЕДРА МАЄ ЗАГАЛЬНИЙ БЛАНК НУВГП ТА БЛАНК СВОГО НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО ІНСТИТУТУТА. Розмір аркуша — 210x297 мм. Загальний бланк та бланк інституту ННІЕМ зображено нижче на сторінці.

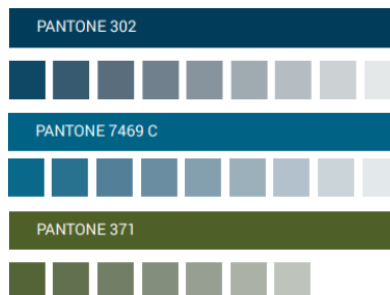




ГОЛОВНИЙ ТА ДОПОМІЖНИЙ КОЛЬОРИ

Основний кольоровий вибір для логотипу - синій Pantone 302. Цей колір вибрано з урахуванням важливості дотримання високих стандартів, які характерні для сучасного навчального закладу. Він має чистий та насичений відтінок, який легко сприймається та гармонійно поєднується з іншими кольорами. Синій Pantone 302 також виглядає особливо ефектно поряд з кольоровими зображеннями та чорно-білими фотографіями.

Допоміжні кольори можуть бути використані як фонові, так і в графічних елементах, таких як фігури або текст. Вони не обов'язково повинні бути використані, але доступні для варіацій та додавання в дизайн. Немає пріоритету для допоміжних кольорів, тому можна обрати будь-який або кілька кольорів, що доповнюють основний головний колір.



ОСНОВНИЙ
PANTONE: 302
CMYK: C98 M51 Y13 K49
RGB: R0 G71 B107
WEB: #00476B

ДОПОМІЖНИ
PANTONE: 7469 C
CMYK: C89 M39 Y13 K35
RGB: R0 G97 B135
WEB: #006187

PANTONE: 371
CMYK: C73 M40 Y100 K36
RGB: R82 G97 B38
WEB: #526126

ТИПОГРАФІКА

Основним шрифтом вважається Roboto. Його потрібно використовувати для оформлення усієї документації кафедри.



Кафедра журналістики
та українознавства

Roboto Regular

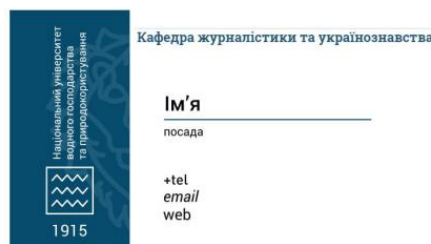
Кафедра журналістики
та українознавства

Roboto Bold

ВІЗИТНА КАРТКА

Візитна картка Кафедри журналістики та українознавства має два варіанти дизайну, розміром 90x50 мм. Картка містить наступну інформацію про її власника: прізвище, ім'я, займану посаду, кафедру, номери контактних телефонів та адреси електронної пошти, сайту а також QR-код з посиланням на сторінку у Вікіситеті.

Всі елементи дизайну розміщені згідно із затвердженим зразком.



ПОСТЕР ОГОЛОШЕННЯ



СЕРЕД ПОШИРЕНИХ ДРУКОВАНИХ МАТЕРІАЛІВ, ЩО ВІЗУАЛІЗУЄ РІЗНОМАНІТНУ ІНФОРМАЦІЮ ПРО КАФЕДРУ, Є ПОСТЕР ЧИ СІТЛАЙТ. ПРИ ОФОРМЛЕННІ СЛІД ВИКОРИСТОВУВАТИ ЗАГАЛЬНІ ПРАВИЛА ЩОДО ВИКОРИСТАННЯ СИМВОЛІКИ УНІВЕРСИТЕТУ ТА КАФЕДРИ. У ЯКОСТІ ЕЛЕМЕНТА ДИЗАЙНУ МОЖУТЬ БУТИ ВИКОРИСТАНІ ЛОГОТИП КАФЕДРИ.

Брендбук кафедри журналістики та українознавства НУВГП

СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ

Виконується в кольорі PANTONE: 7469 C

ЧАШКИ

Кухоль білий керамічний, циліндричної форми. Фірмове зображення наноситься по колу, а також повний слоган.



РУЧКИ

На поверхню ручки наноситься логотип та назва кафедри, а також слоган "Впливай на світ через перо"



СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ

Виконується в кольорі PANTONE: 7469 C

ФУТБОЛКИ

На поверхню футболки наноситься логотип та слоган кафедри "Впливай на світ через перо"



СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ

Виконується в кольорі PANTONE: 7469 C



ФЛЕШКИ

На флешку наноситься логотип кафедри та назва: Кафедра журналістики та українознавства

ВИКОНАВЦІ

Автор та виконавець: **Анна Мурачова**

студентка групи ЖУР-41

спеціальності 061 «Журналістика»
